



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**ESCUELA DE INGENIERÍA DE EMPRESAS**

**TESIS DE GRADO**

Previo a la obtención del título de:

**INGENIERA DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**“EVALUACIÓN DE LOS PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN DE LA UNIDAD TÉCNICA DE CHIMBORAZO DEL MINISTERIO DE INDUSTRIAS Y PRODUCTIVIDAD (MIPRO) PARA LA MEDICIÓN DE SU IMPACTO EN EL CRECIMIENTO DE LAS MIPYMES PARTICIPANTES DEL CANTÓN RIOBAMBA EN EL PERIODO 2011-2013”.**

**AUTORA:**

**CLARA CECILIA PAGUAY SATÁN**

**RIOBAMBA - ECUADOR**  
**2015**

## **CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL**

Certificamos que el presente trabajo de investigación sobre el tema **“EVALUACIÓN DE LOS PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN DE LA UNIDAD TÉCNICA DE CHIMBORAZO DEL MINISTERIO DE INDUSTRIAS Y PRODUCTIVIDAD (MIPRO) PARA LA MEDICIÓN DE SU IMPACTO EN EL CRECIMIENTO DE LAS MIPYMES PARTICIPANTES DEL CANTÓN RIOBAMBA EN EL PERIODO 2011-2013”** previo a la obtención del título de ingeniera en empresas, ha sido desarrollado por la Sta. Clara Cecilia Paguay Satán, ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

**ING.DIEGO RAMIRO BARBA BAYAS**  
**DIRECTOR DE TESIS**

**ING. MÓNICA ISABEL IZURIETA CASTELO**  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

## **CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD**

Yo, Clara Cecilia Paguay Satán, estudiante de la Escuela de Ingeniería de Administración de la Facultad de Administración de Empresas, declaro que la tesis que presento es auténtica y original. Soy responsable de las ideas expuestas y los derechos de autoría corresponden a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

**CLARA CECILIA PAGUAY SATÁN**

**AUTORA DE TESIS**

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a Dios por darme fortaleza para la conclusión de mis estudios y guiarme por el camino del bien.

A mis padres por su amor y apoyo incondicional, por siempre estar presente en todo momento y su entrega incondicional.

Clara Cecilia Paguay Satán

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco infinitamente a mi Dios por darme la oportunidad de concluir con mis estudios superiores.

A mis padres por inculcarme valores que permitieron alcanzar mi sueño y por su apoyo incondicional.

Un agradecimiento especial a mi tutor el ingeniero Diego Ramiro Barba Bayas, por ser mi guía y por encaminar correctamente este trabajo, y de igual forma a la ingeniera Mónica Isabel Izurieta Castelo por su apoyo incondicional para llevar a cabo esta investigación.

Clara Cecilia Paguay Satán

## ÍNDICE GENERAL

Portada.....	i
Certificado de tribunal.....	ii
Certificado de responsabilidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice general.....	vi
Índice de tablas.....	x
Índice de gráficos.....	xii
Índice de anexos.....	viii
Resumen.....	xiv
Abstract.....	xv
Introducción.....	1
Capítulo I: El problema.....	2
1.1 Planteamiento del problema.....	2
1.1.1 Formulación del problema.....	3
1.1.2 Delimitación del problema.....	3
1.2 Justificación.....	3
1.3 Objetivos.....	4
1.2.1 Objetivo general.....	4
1.2.2 Objetivos específicos.....	4
Capítulo II: Marco teórico .....	5
2.1 Antecedentes investigativos.....	5
2.1.1 Antecedentes históricos.....	5
2.2.1 Agenda para la transformación productiva.....	7
2.2.1.1 Reducción de la heterogeneidad estructural.....	7

2.2.1.2	Fomento de la micro, pequeña y mediana empresa.....	7
2.2.1.3	Agenda para la transformación territorial Chimborazo.....	8
2.2.2	Programas dirigidos a MIPYMES.....	9
2.2.2.1	Definición de programa.....	9
2.2.2.2	Para qué sirve un programa .....	9
2.2.3	Capacitación a MIPYMES.....	10
2.2.3.1	Definición de capacitación a MIPYMES.....	10
2.2.3.2	Importancia de la capacitación a las MIPYMES .....	11
2.2.3.3	Tipos de capacitación a MIPYMES .....	11
2.2.3.4	Beneficios de la capacitación.....	12
2.2.3.5	Por qué capacitar.....	14
2.2.3	Programas de capacitación a las MIPYMES .....	14
2.2.4.1	Definición de programas de capacitación a MIPYMES. ....	14
2.2.4.2	Importancia de los programas de capacitación a las MIPYMES.....	14
2.2.4.3	Para qué sirven los programas de capacitación a las MIPYMES .....	15
2.2.5	Evaluación de los programas de capacitación .....	16
2.2.5.1	Aspectos a considerar al evaluar los programas de capacitación. ....	16
2.2.5.2	Parámetros para evaluar el impacto de capacitación a las MIPYMES.....	17
2.2.6	Programas de capacitación en el Ecuador.....	19
2.2.6.1	Organismos de capacitación a las MIPYMES en el Ecuador .....	19
2.2.7	Programas de capacitación del MIPRO .....	24
2.2.7.1	Programas de capacitación impulsados por el MIPRO .....	24
2.2.7.2	MIPYMES capacitadas por el Ministerio de Industrias Y Productividad ....	27
2.2.7.3	Los programas de capacitación del MIPRO y el cambio de la matriz productiva.....	28
2.2.7.4	Unidad técnica de Chimborazo.....	28
2.2.7.4.1	Misión de la unidad técnica de Chimborazo.....	28
2.2.7.4.2	Funciones y atribuciones de la unidad técnica de Chimborazo .....	29
2.2.7.4.2	Acceso a los programas de capacitación .....	30
2.2.7.4.3	Empresas capacitadas por la unidad técnica de Chimborazo .....	30
2.3	Hipótesis.....	31
2.3.1	Hipótesis general.....	31

2.4	Variables.....	31
2.4.1	Variable independiente: .....	31
2.4.2	Variable dependiente: .....	31
2.4.3	Operacionalización de las variables.....	31
Capítulo III: Marco metodológico .....		33
3.1	Modalidad de la investigación.....	33
3.1.1	Cuali-cuantitativa.....	33
3.2	Tipos de investigación.....	33
3.2.1.	Investigación descriptiva .....	33
3.2.2.	Investigación exploratoria.....	33
3.2.3	Investigación explicativa .....	34
3.3	Población y muestra.....	34
3.3.1	Población .....	34
3.3.2	Muestra .....	34
3.4	Métodos, técnicas e instrumentos.....	35
3.4.1	Métodos .....	35
3.4.2.1	Método inductivo .....	35
3.4.2.2	Método histórico lógico .....	35
3.4.2	Técnicas .....	36
3.4.2.1	Encuestas .....	36
3.4.3	Instrumentos.....	36
3.4.3.1	Cuestionario .....	36
3.5	Resultados.....	36
3.6	Verificación de hipótesis.....	71
3.6.1	Planteamiento de la hipótesis.....	71
3.6.2	Nivel de significancia .....	71
3.6.3	Especificación de lo estadístico .....	71
3.6.4	Especificación de las regiones de aceptación y rechazo.....	72
3.6.5	Recolección de datos y cálculo de lo estadístico .....	73
3.6.6	Distribución de chi-cuadrado.....	74



Capítulo IV: Marco propositivo.....	75
4.1 Título.....	75
4.2 Contenido de la propuesta.....	75
4.2.1 Justificación .....	75
4.2.2 Programas de capacitación.....	77
Conclusiones .....	88
Recomendaciones .....	90
Bibliografía .....	92

## ÍNDICE DE TABLAS

No.	Título	Pág.
1	Programas de capacitación del MIPRO .....	19
2	Programas de capacitación impulsados por el Servicio de Rentas Internas.....	20
3	Programas de capacitación impulsados por el ministerio de turismo .....	21
4	Programas de capacitación impulsados por la Corporación Financiera Nacional ....	22
5	Programas de capacitación impulsados por la secretaria Ecuatoriana de Capacitación Profesional.....	22
6	Programas de capacitación impulsados por la Secretaria Técnica de Capacitación..	24
7	Programas de capacitación impulsados por el MIPRO .....	25
8	Operacionalización de las variables.....	32
9	CIIU de las MIPYMES capacitadas .....	37
10	Satisfacción de la capacitación del MIPRO.....	40
11	Principales áreas temáticas del programa .....	41
12	Participación de las empresas en eventos .....	42
13	Percepción de los resultados alcanzados .....	43
14	Grado de satisfacción de la capacitación para la gerencia.....	48
15	Satisfacción de la capacitación con su desarrollo gerencial .....	50
16	Mayor ventaja competitiva producto de la capacitación .....	51
17	Aspectos que ha implementado después de la capacitación .....	52
18	Resultados de la capacitación en el talento humano.....	54
19	Resultado de la capacitación en la gestión tecnológica .....	56

20 Resultados de la capacitación en la gestión ambiental .....	58
21 Resultados de la capacitación en la gestión empresarial .....	60
22 Fuentes de financiamiento de las MIPYMES .....	62
23 Origen de la materia prima que utiliza en el proceso de producción.....	63
24 Lugar al que comercializan los productos y/o servicios .....	64
25 La tecnología que utiliza.....	65
26 Nivel de educación de trabajadores .....	66
27 Nivel de educación de los empleadores .....	66
28 Nivel de educación del gerente .....	68
29 Temas en que le interesa seguir capacitándose.....	69
30 Cálculo de las frecuencias observadas y esperadas .....	72
31 Grados de libertad .....	72
32 Cálculo del chi-cuadrado .....	73
33 Programa de buenas prácticas de manufactura .....	77
34 Programa registro de productores nacionales de bienes y servicios.....	79
35 Programa pan líder.....	81
36 Exporta fácil.....	84
37 Proyectos de emprendimiento.....	86
38 Sellos hace bien hace mejor.....	87

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

No.	Título	Pág.
1	CIIU de las MIPYMES.....	39
2	Grado de satisfacción de la capacitación .....	40
3	Áreas en las que fue capacitado .....	41
4	Número de eventos en los que participó en el MIPRO.....	42
5	Percepción del logro después de la capacitación en el MIPRO.....	44
6	Grado de satisfacción de la empresa producto de la capacitación .....	46
7	Grado de satisfacción de la empresa producto de la capacitación .....	47
8	Grado de satisfacción de la capacitación para la gerencia.....	49
9	Satisfacción de la capacitación con su desarrollo gerencial .....	50
10	La mayor ventaja competitiva producto de la capacitación.....	51
11	Aspectos implementados después de la capacitación .....	52
12	Resultados de la capacitación en el talento humano.....	55
13	Resultado de la capacitación en la gestión tecnológica .....	57
14	Resultados de la capacitación en la gestión ambiental .....	59
15	Resultado obtenidos de la capacitación en la gestión empresarial .....	61
16	Fuentes de financiamiento de las MIPYMES.....	62
17	Origen de la materia prima que utiliza en el proceso de producción.....	63
18	Lugar al que comercializan los productos y/o servicios .....	64
19	La tecnología que utiliza.....	65
20	Nivel de educación de los trabajadores.....	66
21	Nivel de educación de los empleadores .....	67
22	Nivel de educación del gerente .....	68
23	Temas en los que desearía seguir capacitarse .....	70

## ÍNDICE DE ANEXOS

No.	Título	Pág.
1	MIPYMES encuestadas.....	95
2	Cuestionario.....	100
3	Distribución chi-cuadrado.....	109

## **RESUMEN**

El desarrollo de la actividad empresarial a cualquier escala y su inserción en el proceso económico local, regional, nacional o internacional, depende sobre todo de la manera como las y los empresarios enfrentan los retos del entorno, asimilándolos en función de los mecanismos e incentivos generados por el Estado, entre ellos la capacitación.

En virtud de ello, la presente investigación se realizó para determinar cómo los programas de capacitación de la Unidad Técnica de Chimborazo del Ministerio Industrias y Productividad inciden en el crecimiento de las MIPYMES participantes del programa en el Cantón Riobamba durante el periodo 2011-2013, en la perspectiva de que las empresas se inserten en el Cambio de la Matriz Productiva, que se ha transformado en el programa estratégico del gobierno nacional.

Para el desarrollo de la investigación, se utilizaron herramientas técnicas de evaluación a programas de capacitación, a fin de evidenciar su aporte, falencias y preocupaciones, vistas desde los resultados obtenidos por los beneficiarios, quienes permitieron conocer que la labor que viene realizando el MIPRO, es favorable en la medida que el 90% de los participantes se sienten satisfechos del proceso con ellos iniciado en Chimborazo.

Es relevante que el 96% de las MIPYMES ya toman en cuenta los requisitos exigidos por los clientes y el mercado, con respecto a sus productos y servicios, en tal virtud tomaron en cuenta que las mejoras en el diseño de sus productos y servicios, les generan mayores beneficios, respetando la importancia de los requisitos legales, de protección ambiental, de seguridad e higiene y salud ocupacional, indispensables para ampliar su cobertura de su mercado.

Para apoyar a las empresas se propone un rediseño de los programas de capacitaciones ya existentes y así seguir impulsando a este sector de la economía, que obliga al MIPRO efectuar un acercamiento más coherente y dinámico con las empresas para que logren en el mediano plazo sus propósitos de crecimiento y proyección.

## **ABSTRACT**

Development of company activities at any its insertion in the local, regional, national or international economics process depend on the form how companies face environmental challenges assimilating on function of mechanisms and incentives generated by the Government for example training.

Based on the information above, this research aims to determine how training programs of the Technical Unit of Industry and Productivity Ministry affect growing of MIPYMES in the city of Riobamba during the period 2011-2012, seeking companies consider the Productive Matrix Change which has been transformed in the national government strategic program.

To conduct this study, technical assessment tools for training programs were used in order to see their benefit, weaknesses and questions considering the results obtained by the beneficiaries. They allowed knowing the labor that MIPRO has been doing. This is positive because 90% of participants are satisfied of the process in the province of Chimborazo.

It is important that the 96% of MIPYMES take into consideration the requirements requested by customers and market related to products and services. So, the improvements of products and services design were taken into account in order to generate higher benefits, respecting the importance of legal requirements for environmental protection, security and hygiene, and occupational health which are indispensable for a wide coverage of market.

A redesign of current training programs is proposed to support the company. Then this economics sector will be boosted which obligates MIPRO to get close coherently and dynamics with the company in order to reach at medium term its growing and projection goals.

## INTRODUCCIÓN

Los programas de capacitación impulsados por el Estado sintetizan múltiples impactos de diversas dimensiones económicas y sociales que se desarrollan en el trayecto del presente trabajo de investigación, el cual tiene como objetivo determinar su impacto en los empresarios y empresas beneficiarias en el periodo 2011-2013. El programa a nivel local ejecuta la Unidad Técnica de Chimborazo del Ministerio de Industrias y Productividad en las MIPYMES del Cantón Riobamba. En síntesis el documento se resume en los siguientes términos:

**Capítulo I:** Marco Referencial se analiza desde la problemática, objetivos y justificación del objeto de la presente investigación, la capacidad que tienen las MYPIMES para adaptarse a los cambios que deviene del entorno, que son posibles asimilarlos en la medida de la participación de las empresas en el proceso de capacitación, que las direccionen hacia la inserción en el modelo de la nueva Matriz Productiva vigente.

**Capítulo II:** Marco Teórico. En este capítulo se detallan las principales teorías referentes a la importancia de los programas de capacitación y la importancia de su seguimiento y evaluación para aplicar la retroalimentación que se requiere para motivar la participación empresarial. La investigación describe los contenidos de los programas de capacitación impartidos por la Unidad Técnica de Chimborazo del MIPRO, para analizarlos desde la perspectiva conceptual de algunos autores como Wilson Araque, Silíceo Aguilar, Salvador Mata Sosa, Fermín Valdés Domínguez, Agenda para la Transformación Productiva, estudios realizados por el Centro de Investigaciones de la micro, pequeña y mediana empresa, etc.

**Capítulo III:** Marco Metodológico. En este capítulo se plantea los procedimientos metodológicos y herramientas a aplicarse en la investigación, determinación de la muestra, análisis y comprobación de la hipótesis.

**Capítulo IV:** Marco Propositivo. En este capítulo se propone un rediseño de los programas de capacitación en base a los programas de capacitación que maneja el MIPRO.

En resumen esta investigación pretende determinar como a través de los programas de capacitación que maneja el MIPRO ha venido creciendo.



# CÁPITULO I: EL PROBLEMA

## 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las micro, pequeñas y medianas empresas se caracterizan por tener un alto grado de adaptabilidad ante cambios en su entorno, principalmente ante efectos nocivos en el ambiente macroeconómico, no obstante lo anterior, las MIPYMES enfrentan diferentes problemas debido a sus propias características, como son:

- Participación limitada en el comercio exterior
- Acceso limitado a fuentes de financiamiento
- Desviación a los sectores de financiamiento
- Capacitación deficiente de sus recursos humanos
- Falta de vinculación con el sector académico
- No tienen una cultura de innovación de procesos y desarrollo tecnológico (**Serna Hinojosa y Delgado Rivas, 2011**).

En el Ecuador con el cambio de la Matriz Productiva, las MIPYMES deberán fortalecer sus procesos tecnológicos y mayor cobertura de mercado; para ello, el enfoque de capacitación y desarrollo que les permita un dinamismo acorde a los retos y circunstancias que devienen del modelo económico vigente, pronosticando en lo posible, que las nuevas oportunidades serán producto de la lectura objetiva de lo que a nivel productivo ocurre en los mercados, debido a los cambios que ocurran en los procesos y en la tecnología, asimilados del contexto del desarrollo económico-social, por ello revisten cada vez mayor importancia en la economía del país, debido al alto componente de la generación de riqueza y empleo.

En éste escenario, el estudio realizado por la FLACSO en un convenio con el MIPRO a través del **Centro de Investigaciones Económicas de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (2012)**, mencionan que *“la participación de las MIPYMES en el sector manufacturero son: las micro representan un 56,18%; pequeña 26,64%; mediana 11,63%*

y 5,55% que corresponde a las grandes empresas” (pág. 5). De acuerdo al censo del 2012, Chimborazo representa aproximadamente el 3% de las MIPYMES del país, hecho que aún no es determinante en la concepción de su economía de base, es decir, no es lo industrial lo que determina aún, el proceso de desarrollo vigente.

La política estatal apunta a mejorar la competitividad de las MIPYMES asociadas al surgimiento en la actualidad de un cambio sustancial de la Matriz Productiva, aquello lo logran a partir de participación en procesos de capacitación, asistencia técnica y sustancial mejora de la capacidad gerencial, que en el país no se ha podido desarrollar adecuadamente por lo que un gran porcentaje de MIPYMES desconocen procedimientos que ayuden a mejorar el manejo de dichas actividades que implica decisiones trascendentes de las actividades que lo han venido manejando de manera empírica sin una base administrativa profunda que proyecte a las empresas, hacia retos más acordes a la realidad.

Con base a la realidad descrita, el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), está impulsando programas fundamentadas en políticas tendientes a la generación de capacidades locales, es decir en cada territorio, para la mejora de los diferentes procesos productivos, enfocándolos a partir de la capacitación y formación profesional a las MIPYMES, con una visión de futuro para este importante sector de la economía.

Si el MIPRO sigue con los programas de capacitación en el futuro podremos ver un crecimiento acentuado de las MIPYMES. Por lo que es necesario analizar si estos programas de capacitación han tenido un impacto en el crecimiento de las mismas.

### **1.1.1 Formulación del problema**

¿Cómo impactan los programas de capacitación de la Unidad Técnica de Chimborazo del Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) en la gestión de las MIPYMES participantes del Cantón Riobamba en el periodo 2011-2013?

### **1.1.2 Delimitación del problema**

Evaluación de los programas de capacitación de la Unidad Técnica de Chimborazo del Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) para la medición de su impacto en el crecimiento de las MIPYMES participantes del Cantón Riobamba en el periodo 2011-2013.

## **1.2 JUSTIFICACIÓN**

Los ingresos de las MIPYMES representan un pilar fundamental en la economía del país, puesto que sus actividades contribuyen con la economía de un país, al generar fuentes de empleo.

En tal virtud es importante evaluar los impactos que el programa de capacitación del MIPRO ha generado en las empresas participantes desde que se implementó el programa en Chimborazo y así realizar un estudio que permitirá contar con información pertinente y confiable referente a las capacitaciones generadas y avances logrados a nivel productivo y gerencial, lo cual además permitirá conocer el nivel de crecimiento de las MIPYMES del Cantón Riobamba relacionadas con el programa de capacitación del MIPRO y su inserción en el mercado local y nacional.

Esta investigación constituirá un documento con información veraz que aspira a convertirse en una herramienta de análisis de la situación actual de las MIPYMES y establecer propuestas para darle un buen uso a los programas de capacitación.

## **1.3 OBJETIVOS**

### **1.2.1 Objetivo general**

Medir el impacto de los programas de capacitación de la Unidad Técnica de Chimborazo del Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) en el crecimiento de las MIPYMES del Cantón Riobamba participantes en dicho programa, durante el periodo 2011-2013.

### **1.2.2 Objetivos específicos**

- ❖ Identificar los programas de capacitación de la Unidad Técnica de Chimborazo del MIPRO.
- ❖ Establecer el número de empresas capacitadas por la Unidad Técnica de Chimborazo MIPRO.
- ❖ Analizar el impacto de los programas de capacitación en el crecimiento de las MIPYMES del Cantón Riobamba.

## CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

### 2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

#### 2.1.1 Antecedentes históricos

De acuerdo a **Flores Jiménez, Hernández Ortiz y Flores Jiménez (2010)** los programas de capacitación se basan en dos Escuelas de Pensamiento Competitivo así tenemos la escuela del posicionamiento del pensamiento estratégico y la escuela del pensamiento estratégico.

- 1. La Escuela del Posicionamiento del Pensamiento Estratégico:** Esta escuela tiene una tendencia económica sobre lo político ya que se basa en la competitividad, estrategia genérica y cadena de valor de las MIPIMES.
- 2. La Escuela del Pensamiento Estratégico:** En esta escuela se destacan autores como:
  - a.** Joseph Schumpeter quien introdujo a la formación del empresario, el enfoque de pensamiento estratégico.
  - b.** Henry Mintzberg fue quien determina cuatro enfoques a la formación permanente del empresario, los mismos que se basan en el liderazgo personalizado y la visión estratégica con un enfoque económico empresarial, para lo cual aluden a los siguientes parámetros:
    - Modo empresarial, cuando se refiere a la creación de estrategia se ve dominada por la búsqueda activa de nuevas oportunidades;
    - A la organización empresarial cuando el poder está centralizado en manos del principal directivo;
    - A la creación de estrategia en el modo empresarial que debe caracterizar por saltos drásticos que son necesarios asumirlos frente a la incertidumbre;
    - Al crecimiento que es el principal objetivo de la organización empresarial.

- c. Michael Porter determina el modelo de las cinco fuerzas competitivas en las que constan; los participantes potenciales, riesgo, poder de negociación de los compradores, poder de negociación de los proveedores y la rivalidad entre los competidores actuales. A través de estas cinco fuerzas se determina el nivel de inversión lo cual impulsa el rendimiento a nivel de mercado y por tanto la capacidad de las mismas para sostener rendimientos por encima del promedio esperado (**págs. 4-6**).

De acuerdo a estas escuelas de pensamiento, la capacitación que se brinda a las micro, pequeñas y medianas empresas, no se relacionan directamente con aspectos de economía, que aporten al empresario, una formación más integral, para enfrentar los retos de la estrategia empresarial y tomar decisiones en ese sentido y poder entrar al ámbito de la competitividad, es por ello que se necesita incrementar las ventas de las MIPYMES, para tener flujos de efectivo mayores, que permitan destinar recursos al desarrollo tecnológico.

El conocimiento de las variables macroeconómicas por parte de los directivos de estas empresas, creará un marco apropiado para propiciar cambios en el esquema de crecimiento y cambio tecnológico de las MIPYMES a través de impulsar el aprendizaje y desarrollo de conocimiento.

Por su parte **Jácome y King (2013)** afirma que *“la falta de información, asistencia técnica, capacitación, acceso a crédito y modernización, son algunos de los factores que han influenciado para que las MIPYMES no hayan podido expandir sus productos en el mercado internacional”*, que al superar estos obstáculos las MIPYMES requieren del apoyo decidido de las instituciones del sector público, cámaras y gremios de la producción del Ecuador y de las organizaciones de asistencia técnica internacional.

Por ello, los esfuerzos por promover el fortalecimiento de las MIPYMES son múltiples, tanto del sector público como del privado, lo que falta es una articulación interinstitucional de acciones porque, por un lado, las iniciativas son dispersas, y por otro, se concentran principalmente en capacitación.

Para el enfoque técnico de la capacitación, es necesario recordar que cualquier emprendimiento tiene 5 fases de acuerdo al autor **Araque (2013)**: *“motivación para el negocio, creatividad e identificación de oportunidades de negocios, planificación,*

*financiamiento y apoyo cuando la empresa empieza a funcionar”*, el mismo autor señala que *“la mayor parte de esfuerzos se queda en la primera etapa (....) cerca del 53% de los esfuerzos de instituciones está focalizado en la primera etapa, mientras que el financiamiento ayuda al arranque del negocio son los aspectos con menos atención”*. Lo importante es cerrar el ciclo del emprendimiento para evitar que las nuevas empresas sucumban al poco tiempo.

## **2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **2.2.1 Agenda para la Transformación Productiva**

#### **2.2.1.1 Reducción de la heterogeneidad estructural**

Según la **Agenda para la Transformación Productiva (2013)** *el proceso de transformación productiva no solo implica un cambio en el patrón de especialización sino también cerrar las brechas de productividad, rentabilidad, acceso territorial, oportunidades e internacionalización entre distintos actores productivos, para lo cual es necesario que el conjunto de instrumentos prioricen a los actores de las MIPYMES (pág.106).*

Proceso que implica la visualización de elementos de análisis que surgen de la realidad en la que el sector de las MIPYMES se encuentra para enfrentar este desafío que no solo depende de la asimilación o renovación tecnológica, sino profundamente de las políticas públicas inclusivas que en la actualidad van de la mano con el llamado cambio de la Matriz energética y productiva, que equivocadamente o no, se enfoca en potenciar sectores estratégicos que estén más en función de un mercado internacional, pues en esa realidad las MIPYMES juegan un rol fundamental para viabilizar dicho cambio.

#### **2.2.1.2 Fomento de la Micro, Pequeña y Mediana empresa.**

La misma **Agenda para la Transformación Productiva (2013)**, reafirma para fortalecer el proceso de capacitación, que *“las MIPYMES son actores claves dentro del proceso de transformación productiva, por ende, su fortalecimiento y desarrollo integral es esencial para lograr el objetivo de cerrar las brechas en materia de productividad y capacidad exportadora que contribuyen a la heterogeneidad estructural y perpetúan altos niveles de*

*desigualdad económica y social, entendiéndose dentro de este grupo no solo a los actores dedicados a una actividad de transformación sino también a los artesanos, pequeños productores agrícolas, en actividades de turismo, entre otros” (pág. 117).*

Es precisamente esa heterogeneidad estructural, la puede poner en riesgo la homogeneidad de los contenidos que implican cubrirlos en los procesos de capacitación impulsados por el Estado o por las entidades técnicas creadas por el sector privado para el efecto.

Este argumento entonces, pone en cuestión la efectividad de las políticas públicas al respecto, en un escenario donde decae la inversión privada local e internacional que permita que el surgimiento de las MIPYMES que en suma es un componente vital para el proceso, porque el Estado quien guía los procesos se agota en su capacidad de motivar o generar inversiones para la producción, cuando a la vez se agotan los recursos que dispone para los cambios que anuncia al respecto.

Pues es allí donde la iniciativa privada, su inversión y su capacidad para insertarse en el mercado local e internacional, producto de una capacitación y asistencia técnica, hace que la política pública agote las acciones que atraigan las inversiones, que en los territorios se complementen con el conocimiento del entorno social, económico y político, donde los empresarios se puedan mover para potenciar individualmente, en conjunto o asociativamente la actividad.

#### **2.2.1.3 Agenda para la transformación territorial Chimborazo.**

La **Agenda Territorial Chimborazo (2011)**, consta de ejes para la Transformación Territorial de Chimborazo una de ellas es la Democratización productiva y Desarrollo de MIPYMES.

La Agenda señala que *la democratización productiva, es la estrategia que logrará que los productores tengan más fácil acceso a los activos (recursos, factores de la producción, infraestructura, fortalecimiento de capacidades, etc.). Y, al mismo tiempo, que la riqueza generada por esas actividades productivas se distribuya mejor entre los actores que participan de las cadenas de valor específicas, así sea una unidad productiva de la economía popular y solidaria, un micro, pequeña o medianas empresas (pág. 7).*

Dicho concepto, se complementa con el Desarrollo de MIPYMES, que alude al objetivo tendiente a que *“las MIPYMES tengan un tratamiento prioritario del Estado en todas las fases, desde las iniciativas para mejorar las condiciones de productividad, de calidad, y de comercialización, hasta las que impulsen una participación estratégica y provechosa en los mercados nacionales e internacionales”* (**Agenda Territorial 2011, pág. 9**).

Siempre será importante que este proceso se lleve a cabo con una responsabilidad clara de los organismos públicos nacionales, los gobiernos autónomos descentralizados y las MIPYMES.

La Agenda para la Transformación Productiva de Chimborazo, apoya e impulsa el desarrollo de las MIPYMES, a través de la creación de programas de innovación y de créditos en el sector bancario público.

## **2.2.2 Programas dirigidos a MIPYMES**

### **2.2.2.1 Definición de programa**

El **Plan Anual de Política Pública de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (2013)** define a los programas de capacitación de la MIPYMES del sector por ella controlado, como el *“conjunto de planes y proyectos relacionados que son administrados de manera coordinada con la finalidad de alcanzar beneficios y control, el cual no se podría lograr si se los gestionara individualmente”* (**pág. 4**).

Un programa previamente planificado debe estar orientado al desarrollo de las MIPYMES, con el propósito de disminuir de manera significativa aquellas dificultades que presentan estas empresas tanto internas como externas. Estos programas deben ser flexibles ante los cambios que se presenten.

### **2.2.2.2 Para qué sirve un programa**

Un programa ayuda a mejorar las competencias del talento humano y por ende al crecimiento de las MIPYMES. Por su parte **Valdés Domínguez (2011)** señala que *“un programa contiene un conjunto de acciones planificadas encaminadas al cumplimiento de una meta u objetivo”*.



De esta manera los programas contribuyen a que los trabajadores se desenvuelvan mejor dentro de sus actividades en el cumplimiento de las metas y objetivos establecidos y contribuye al crecimiento y desarrollo de las MIPYMES.

### **2.2.3 Capacitación a MIPYMES**

#### **2.2.3.1 Definición de capacitación a MIPYMES**

El autor **Silíceo Aguilar (2008)** afirma, que *la capacitación es la función educativa de una empresa u organización por la cual se satisfacen necesidades presentes y se prevén necesidades futuras respecto de la preparación y habilidad de los colaboradores. La capacitación está orientada a satisfacer las necesidades que las organizaciones tienen de incorporar conocimientos, habilidades y actitudes en sus miembros, como parte de su natural proceso de cambio, crecimiento y adaptación a nuevas circunstancias internas y externas.*

Mientras que **Maldonado (2013)** sostiene que *“la capacitación es el/los curso/s corto/s mediante el/los cual/es se logra la adquisición o complementación de competencias, esto es, conocimientos, habilidades, destrezas y valores, para el desempeño de una ocupación o profesión determinada” (pág. 2).*

Finalmente la **Nacional Financiera (2014)** considera, que *la capacitación consiste en una serie de actividades planeadas y basadas en las necesidades de la empresa que se orientan hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y aptitudes de los empleados que les permitan desarrollar sus actividades de manera eficiente.*

De estos conceptos podemos deducir que la capacitación es el conjunto de acciones de preparación, continuas y planificadas, concebido como una inversión, que desarrollan las organizaciones dirigidas a mejorar las competencias y calificaciones de los trabajadores, para cumplir con calidad las funciones del cargo, asegurar su desempeño exitoso y alcanzar los máximos resultados productivos o de servicios.

### **2.2.3.2 Importancia de la capacitación a las MIPYMES**

Para **Gitman, McDaniel y Mascaró (2007)** la importancia de la capacitación consiste en que las empresas al brindar oportunidades para que sus empleados se instruyan y capaciten se benefician al contar con una plantilla de trabajadores más motivados y mejor preparados. Los empleados que reciben capacitación adecuada para usar nuevas tecnologías son más productivos y se oponen menos a los cambios en su trabajo. La instrucción y la capacitación proporcionan beneficios adicionales porque aumentan el sentimiento de competencia y de valía personal de los empleados. Cuando las empresas gastan dinero para actualizar los conocimientos y habilidades de los empleados les están diciendo: Te valoramos y estamos comprometidos con tu crecimiento y desarrollo como empleado.

### **2.2.3.3 Tipos de capacitación a MIPYMES**

Para **Rodríguez Valencia Joaquín (2007)** considera que los tipos de capacitación son:

#### **1. Capacitación para el trabajo.**

Va dirigida al trabajador que va a desempeñar una nueva actividad, ya sea por ser de reciente ingreso o por haber sido promovido o reubicado dentro de la misma empresa.

- a.) Capacitación de preingreso:** Se hace con fines de selección y busca brindar al nuevo personal los conocimientos, habilidades o destrezas que necesita para el desempeño de su puesto.
- b.) Inducción:** Es una serie de actividades que ayudan a integrar al candidato a su puesto, a su grupo, a su jefe y a la empresa, en general.
- c.) Capacitación promocional:** Busca otorgar al trabajador la oportunidad de alcanzar puestos de mayor nivel jerárquico.

**2. Capacitación en el trabajo:** Es una serie de acciones encaminadas a desarrollar actividades y mejorar actitudes en los trabajadores. Se busca lograr la realización individual, al mismo tiempo que los objetivos de la empresa.

**a.) Adiestramiento:** Consiste en una acción destinada al desarrollo de las habilidades y destrezas del trabajador con el propósito de incrementar la eficiencia en su puesto de trabajo.

**b.) Capacitación específica y humana:** Consiste en un proceso educativo, aplicado de manera sistemática, mediante el cual las personas adquieren conocimientos, actitudes y habilidades en función de objetivos definidos.

**3. Desarrollo:** Este comprende la formación integral del individuo y específicamente la que puede hacer la empresa para contribuir a esta formación.

**a.) Educación formal para adultos:** Son las acciones realizadas por la organización para apoyar al personal en su desarrollo en el marco de la educación escolarizada.

**b.) Integración de la personalidad:** La conforman los eventos organizados para desarrollar y mejorar las actitudes del personal, hacia sí mismos y hacia su grupo de trabajo.

**c.) Actividades recreativas y culturales:** Son las acciones de esparcimiento que propicia la empresa para los trabajadores y su familia con el fin de que integren al grupo de trabajo, así como el de que desarrollen su sensibilidad y capacidad de creación intelectual y artística (**Rodríguez Valencia 2007, págs. 253-255**).

#### **2.2.3.4 Beneficios de la capacitación**

**Emprende PYME (2012)** sostiene que los beneficios de la capacitación para las MIPYMES son los siguientes:

- 1.** Propicia el reclutamiento interno y ayuda a prevenir riesgos de trabajo.
- 2.** Produce actitudes más positivas en la gerencia.
- 3.** Aumenta la rentabilidad de la empresa porque su inclusión en el mercado se hace partir de la lectura de la realidad que influye en su desarrollo.
- 4.** Eleva la moral del personal.
- 5.** Mejora el conocimiento de los diferentes puestos y, por lo tanto, el desempeño.
- 6.** Crea una mejor imagen de la empresa.
- 7.** Facilita que el personal se identifique con la empresa.
- 8.** Mejora la relación jefe-subordinados.
- 9.** Facilita la comprensión de las políticas de la empresa.
- 10.** Proporciona información sobre necesidades futuras de personal a todo nivel.
- 11.** Ayuda a solucionar problemas.
- 12.** Facilita la promoción de los empleados.
- 13.** Incrementa la productividad y calidad del trabajo.
- 14.** Promueve la comunicación en la organización.
- 15.** Mejora la comunicación intergrupala.
- 16.** Ayuda a integrar mejor al personal con la empresa.
- 17.** Apoya la adopción de las políticas de la empresa.
- 18.** Ayuda a la integración de grupos de trabajo.
- 19.** Mejora el clima organizacional.
- 20.** Convierte a la empresa en un mejor lugar para trabajar y vivir.

### **2.2.3.5 Por qué capacitar**

**Uribe (2010)** sostiene que *“la razón fundamental de por qué capacitar a los empleados consiste en darles los conocimientos, actitudes y habilidades que requieren para lograr un desempeño óptimo”*, más adelante acota que además *“(…) las organizaciones en general deben dar las bases para que sus colaboradores tengan la preparación necesaria y especializada que les permitan enfrentarse en las mejores condiciones a sus tareas diarias”*. Por tanto la capacitación, permite que las organizaciones alcancen altos niveles motivacionales, de productividad, integración, compromiso y solidaridad en el personal operativo, técnico y ejecutivo de la organización.

Otro de los investigadores importantes sobre el tema es **Martínez de Berrío ( 2010)** quien indica que es importante comprender que la capacitación no es un gasto, siempre es saludable pensar en ella como una inversión, lo cual ha sido motivo de discusión durante muchos años; sin embargo el tiempo se ha encargado de sustentar que los programas de capacitación constituyen un factor importante para el crecimiento y desarrollo de una empresa.

### **2.2.3 Programas de capacitación a las MIPYMES**

#### **2.2.4.1 Definición de programas de capacitación a MIPYMES.**

**Mata Sosa (2012)** sostiene que *“los programas de capacitación son la respuesta a los problemas que se encuentran en los diagnósticos previos a su elaboración y son la base para orientar acciones posteriores”*. La mayoría de los programas de capacitación han sido enfocados a mejorar la competitividad de las MIPYMES, permitiendo de este modo contribuir con el desarrollo local del país.

#### **2.2.4.2 Importancia de los programas de capacitación a las MIPYMES**

La vida va cambiando de manera extraordinariamente rápida y con ella muchas cosas, incluyendo los conocimientos; por ende para tener éxito es necesario estar acorde con dichos cambios y aceptarlos de una manera natural y entender su importancia en nuestro desarrollo presente y futuro.

Nada es estático en la vida y mucho menos pueden serlo los conocimientos, principalmente en ésta era de cambios y tecnología que tanto nos exige. No hacer un reconocimiento de esto va a significar estar de espaldas a nuestra propia realidad.

Cada cambio y experiencia por más traumática que parezca, deben significar una motivación, un incentivo, una enseñanza, para ser mejores cada día, y para serlo es necesario adquirir conocimientos a través de la capacitación, que redundará en tener mejores resultados en todo lo que se haga y se emprenda, para hacerle frente a todos los retos que nos impone el fenómeno global en el que vivimos.

El mundo en términos generales es competitivo, por consiguiente no se debe permanecer estático. La capacitación permanente, la disposición y perseverancia son la clave del éxito.

Crear en la capacitación como una de las principales herramientas con que se cuenta para el logro de las metas, los cambios de paradigmas y mejores resultados en todo lo que se realiza, permitirá verla de manera diferente, ya que más que necesaria es imprescindible en la vida de cada individuo.

Capacitarse va a significar prepararse para ser los mejores en lo que se haga o se inicie, haciéndolo bien desde la primera vez. Se convierte en inversión, cuando se sustenta como una necesidad real del desarrollo humano y personal de los individuos.

La capacitación continua y permanente está entre los principios universales del desarrollo humano, al que cada persona tiene derecho, de allí la importancia de hacer programas de capacitación accesibles a todos así como los vienen realizando algunas organizaciones, instituciones y comunidades de forma gratuita en algunos casos y en otros a precios accesibles, siendo conscientes de que el factor adquisitivo no debe representar un impedimento, para que las personas no la reciban, ya que se les estaría condenando a la ignorancia permanente y a todos los flagelos que amenazan constantemente a la humanidad.

#### **2.2.4.3 Para qué sirven los programas de capacitación a las MIPYMES**

El proceso de capacitación perseguirá en cualquier contexto en preparar al trabajador con la finalidad de que aumente su eficacia y eficiencia, y de esta manera impulsar el crecimiento

de las MIPYMES, mejorando su producción y competitividad después de la capacitación a los trabajadores e inclusive a los empleadores para que estos a su vez direccionen de manera correcta a la MIPYMES.

Según la revista **Ekos Negocios (2011)** afirma que las MIPYMES al *“fortalecen sus vocaciones productivas, favorecen la desconcentración productiva del país y sobre todo apoyan al desarrollo económico local”* (pág. 117). La importancia de las micro, pequeña y mediana empresa en la economía y desarrollo del país, está relacionada no solamente al número de unidades productivas que forman parte de este segmento, sino sobre todo tiene que ver con el empleo que generan.

### **2.2.5 Evaluación de los programas de capacitación**

Según el autor **Rodríguez Valencia J. (2007)** la evaluación *“es un procedimiento que nos permite apreciar o medir las desviaciones entre el objetivo fijado y el resultado obtenido, los medios para la evaluación pueden ser de muchas clases, por ejemplo de observación directa, los cuestionarios, la escala de actitudes, las pruebas, etc.”* (pág. 292). Por otro lado el mismo autor sostiene que *“el propósito es recibir de los participantes retroalimentación que sea útil para mejorar los contenidos del programa que se aplicó”* (pág. 285).

Lo que se espera en la evaluación de los programas de capacitación es determinar a través de la conducta o cambios en los participantes el impacto sea esta positiva o negativa. Para poder partir de una deficiencia o beneficio y poder ampliar o mejorar los contenidos de los programas de capacitación.

#### **2.2.5.1 Aspectos a considerar al evaluar los programas de capacitación.**

De acuerdo a **Rodríguez Valencia J. (2007)** al evaluar programas de capacitación debe considerar los siguientes aspectos.

1. *“La determinación del grado en que cada programa de capacitación o desarrollo cumplió objetivos de instrucción.*

2. *La determinación de hasta qué grado se satisfacen las necesidades de capacitación del personal en la empresa” (págs. 285-286).*

#### **2.2.5.2 Parámetros para evaluar el impacto de capacitación a las MIPYMES.**

##### **1. Innovación de las MIPYMES**

**Ruiz F. (2009)** manifiesta que *“la innovación consiste en la introducción de un nuevo producto o un cambio cualitativo en un producto que ya existe”*.

De acuerdo a un estudio realizado por **Jácome y King (2013)**, *“el 87% de las MIPYMES han realizado algún tipo de innovación ya sea de productos o de procesos” (pág. 155)*

La innovación se refiere a crear un producto o servicio que no existe en el mercado, se le conoce también como emprendimiento que la mayoría de las MIPYMES en la actualidad están impulsando contribuyendo así con el cambio de la matriz productiva.

##### **2. Competitividad de las MIPYMES**

Según el autor **Ballesteros Ortíz (2010)** la competitividad es sinónimo de capacidades para producir bienes de manera rentable, generar economías de aglomeración y valores agregados a la producción, ocupar y liderar los espacios dinámicos del mercado, lograr mayores ingresos y mejorar los niveles de vida, construir estructuras mixtas, sustentables socialmente, articuladas en cadenas de valor para la producción, circulación y consumo (pág. 9).

De este concepto podemos deducir que la competitividad viene determinada por el crecimiento de la productividad; una economía competitiva es aquella que experimenta un crecimiento elevado y sostenido de productividad, lo que conduce a un aumento de los niveles de vida.

##### **3. Asimilación tecnológica de las MIPYMES**

El autor **Camacho (2008)** afirma en un informe que *“una empresa que no se actualice tecnológicamente, está condenada a un atraso en competitividad y productividad”*. Es ahí



en donde radica la importancia de que las MIPYMES en conjunto con organismos de capacitación mejoren ese porcentaje mínimo en cuanto al uso de la tecnología, para de esta manera mejore sus procesos de producción y por consecuencia su competitividad, obteniendo así mejores ingresos económicos.

Por otro lado los autores **Jácome y King (2013)** menciona que *“en el Ecuador sólo el 30% de las MIPYMES utiliza las ventajas tecnológicas de información y comunicación (TIC), cifra muy baja en relación al 50% registrado en otros países de América Latina”*.

#### **4. Calidad de vida de los trabajadores de las MIPYMES**

Las MIPYMES contribuyen en la economía del Ecuador, mediante la generación de empleo. Según **Araque (2013)** *de cada 4 empleos que se generan en el país, 3 son gracias a las MIPYMES. El 44% del empleo está ubicado en la microempresa; el 17%, en la pequeña; el 14%, en la mediana; y, el 25% en las empresas grandes.*

Las MIPYMES contribuyen en la generación de empleo, por ende mejora la calidad de vida de los trabajadores.

#### **5. Expansión de las MIPYMES en mercados.**

De acuerdo a los autores **Jácome y King (2013)** *el mayor porcentaje de las ventas de MIPYMES se realizan en la ciudad (44%), el 26% se destina a las provincias cercanas, 16% a otras provincias, el 8% a las provincias fronterizas y solamente el 6% se destina a la exportación. Los principales destinos de exportación de MIPYMES son los países de la CAN donde se destina el mayor porcentaje de exportación (44,5%), le sigue en importancia Estados Unidos con el 16% y en menor medida Europa, Centroamérica, países del Mercosur y otros (p. 156).*

De acuerdo a estas cifras las exportaciones de las MIPYMES representan un porcentaje mínimo, esto se debe principalmente a la baja producción, poco conocimiento del proceso de exportación, falta de información sobre mercados internacionales, insuficientes capitales de trabajo, ausencia de tecnología, deficiente control de calidad, entre otras razones.

## 2.2.6 Programas de capacitación en el Ecuador

### 2.2.6.1 Organismos de capacitación a las MIPYMES en el Ecuador

A continuación se detallan los programas de capacitación impulsadas por el Ministerio de Industrias y Productividad, el Servicio de Rentas Internas, Ministerio de Turismo, Corporación Financiera Nacional, Secretaria de Capacitación Profesional y Secretaria Técnica de Capacitación.

**TABLA 1: Programas de capacitación del MIPRO**

	<b>Objetivo de los programas</b>	<b>Resultado obtenido</b>	<b>Contenido de las capacitaciones</b>
<b>MIPRO</b>	<p><b>Art. 75.-</b> Políticas y Estrategias de desarrollo de las MIPYMES.</p> <p><b>d)</b> Priorización en el cofinanciamiento de programas de capacitación e innovación empresarial, con la participación de institutos de investigación públicos y privados, para poder impulsar la transformación productiva de este segmento.</p>	<p>En el año 2011, 3.100 artesanos fueron capacitados gracias al esfuerzo conjunto del Ministerio de Industrias, SECAP y la Junta Nacional de Defensa del Artesano.</p> <p>230 MIPYMES del sector alimentos procesados se han beneficiado con asistencia técnica especializada.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Buenas Prácticas de Manufactura (BPM).</li><li>➤ Renova panadería.</li><li>➤ Pan líder.</li><li>➤ Socialización Registro de la Productores Nacionales.</li><li>➤ Socialización Registro de comercializadores de bienes de producción nacional (SBPN).</li><li>➤ Socialización de Registro Sanitario.</li><li>➤ Proyectos de emprendimiento.</li><li>➤ Sellos hace bien hace mejor.</li><li>➤ Exporta fácil.</li></ul>

**Fuente:** [www.industrias.gob.ec](http://www.industrias.gob.ec)

**Elaborado por:** Clara Paguay

Este programa atrae más al sector artesanal y al conjunto de empresas muy pequeñas, que requieren una atención especial, con seguimiento y monitoreo de los resultados, para confrontarlos en la realidad con el discurso que crece en el país sobre el tema.

**TABLA 2: Programas de capacitación impulsados por el Servicio de Rentas Internas**

	Objetivo de los programas	Resultado obtenido	Contenido de las capacitaciones
<b>SRI</b>	Fomentar la Cultura Tributaria a través de asistencia, capacitación y difusión.	Durante el periodo 2009-2012 se realizó 2548 eventos de los cuales se beneficiaron 75464 personas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Deberes formales.</li> <li>➤ Comprobantes de venta y retención.</li> <li>➤ Impuesto al Valor Agregado.</li> <li>➤ Impuesto a la renta y su retención,</li> <li>➤ Impuesto a los Consumos Especiales.</li> <li>➤ Devoluciones de impuestos, servicios tributarios por internet, RISE.</li> </ul>

**Fuente:** Servicio de Rentas Internas.

**Elaborado por:** Clara Paguay

Estos programas buscan insertar a la micro actividad productiva, al sistema de tributación, en virtud de que al concentra la mayor porcentaje de establecimientos en el país, la proyección de recaudación tributaria puede ser significativa, si las microempresas en su conjunto entran a dicho escenario.

**TABLA 3: Programas de capacitación impulsados por el Ministerio de Turismo**

	<b>Objetivo de los programas</b>	<b>Resultado planificado</b>	<b>Contenido de las capacitaciones</b>
<b>MINTUR</b>	Implementar un programa de capacitación turística integral a nivel nacional dirigido a los actores involucrados en el sector turístico con la finalidad de fortalecer el sector, mejorando las habilidades, destrezas y conocimientos técnicos del talento humano en la ejecución de actividades, tareas y funciones que realizan en el día a día.	En el periodo 2010-2011 se beneficiaron 73 MIPYMES.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Administrador de Empresas</li> <li>➤ Alojamiento</li> <li>➤ Recepcionista Polivalente</li> <li>➤ Camarera de pisos</li> <li>➤ Administrador de empresas de Restaurante</li> <li>➤ Mesero Polivalente</li> <li>➤ Cocinero Polivalente</li> <li>➤ Seguridad alimentaria para personal operativo</li> <li>➤ Gerente de Operadora</li> <li>➤ Conductor de transporte turístico</li> <li>➤ Agente de ventas</li> <li>➤ Hospitalidad</li> </ul>

**Fuente:** MINTUR

**Elaborado por:** Clara Paguay

Debido a la gran estructura de conectividad construida en el país que conecta a los grandes y pequeños centros de productos y servicios turísticos atractivos al turista nacional o extranjero, los procesos de capacitación y asistencia técnica, se trasforman vitales por que dicho sector se va convirtiendo en una de las fuentes generadoras de dividas más importantes después el petróleo.

**TABLA 4: Programas de capacitación impulsados por la Corporación Financiera Nacional**

	<b>Objetivo de los programas</b>	<b>Resultado obtenido</b>	<b>Contenido de las capacitaciones</b>
<b>CFN</b>	Ofrecer cursos de Capacitación estandarizados y continuos para los empresarios facilitando nuevas metodologías y estrategias para fortalecer y desarrollar adecuadamente las empresas, atendiendo así a todos los sectores productivos del país	<p>Durante el año 2012, se desarrollaron 87 programas de capacitación, con lo cual se han obtenido 3.086 beneficiarios directos y 61.436 beneficiarios indirectos.</p> <p>En el año 2011 la asesoría gratuita al empresario atendió a 825 clientes de manera personalizada mediante talleres de capacitación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ CUFEPS, Asistencia Técnica,</li> <li>➤ Transporte RENOVA.</li> <li>➤ Programas Ambientales.</li> <li>➤ Plan de negocios.</li> <li>➤ Proyectos pilotos con tecnologías innovadoras.</li> </ul>

**Fuente:** CFN-Memoria-2011-2012

**Elaborado por:** Clara Paguay

La Corporación Financiera Nacional, también pone su parte, pues de hacho ha creado líneas específicas de financiamiento para la MIPYMES, por ello los beneficiarios potenciales de dichas líneas, también se insertan en proceso de capacitación que guardan relación con la disminución de los riesgos y el correcto destino de los recursos.

**TABLA 5: Programas de capacitación impulsados por la Secretaría Ecuatoriana de Capacitación Profesional**

	<b>Objetivo de los programas</b>	<b>Resultado obtenido</b>	<b>Contenido de las capacitaciones</b>
<b>SECAP</b>	<p>Generar conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes en las y los trabajadores ecuatorianos, a través de</p> <p>Capacitación y formación profesional con enfoque de competencias laborales hacia la transformación</p> <p>Productiva, contribuyendo a la democratización de los medios de producción y favoreciendo a la generación de una sociedad de propietarios, productores y emprendedores</p>	<p>En el 2009 los beneficiarios de capacitaciones fueron 146.752 personas, en el 2010 273.280, en el 2011 297.480, y los cursos ejecutados en el año 2009 eran de 7.366, en el 2010 13.664 y en el 2011 14.874.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Técnicas para el manejo del talento humano.</li> <li>➤ Liderazgo y formación de equipos de trabajo.</li> <li>➤ Técnicas para desarrollar planes de capacitación.</li> <li>➤ Metodología para la mejora de procesos.</li> <li>➤ Formulación planes y proyectos de desarrollo.</li> <li>➤ Técnicas de trabajo en equipo</li> </ul>

**Fuente:** PLAN DE CAPACITACION 2011-2012

**Elaborado por:** Clara Paguay

El SECAP desde su fundación está involucrado y comprometido con las MIPYMES, sin embargo la medición de sus impactos no es conocida, a fin de medir la influencia de su propuesta de la transformación productiva nacional.

**TABLA 6: Programas de capacitación impulsados por Secretaria Técnica de Capacitación**

	<b>Objetivo de los programas</b>	<b>Resultado obtenido</b>	<b>Contenido de las capacitaciones</b>
<b>SETEC</b>	Reducir la brecha de acceso a capacitación y formación profesional enfocada al cambio de la matriz productiva, de las y los trabajadores.	Más de 382 mil personas a nivel nacional, han sido capacitadas en el 2013 y 5.316 MIPYMES.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Sectores técnicos, productivos y de desarrollo profesional y personal.</li> <li>➤ Competencias laborales.</li> </ul>

**Fuente:** [www.setec.gob.ec](http://www.setec.gob.ec)

**Elaborado por:** Clara Paguay

La secretaria técnica de capacitación incluye a las MIPYMES para las capacitaciones en temas que son de ayuda y apoyo para las mismas.

## **2.2.7 Programas de capacitación del MIPRO**

### **2.2.7.1 Programas de capacitación impulsados por el MIPRO**

Durante el gobierno de la llamada Revolución Ciudadana, el MIPRO ha venido capacitando a las MIPYMES con el objetivo de cambiar la matriz productiva, hecho que de alguna manera reorientó la visión de los empresarios de la micro, pequeña y mediana empresa, para que se comprometan con el proceso.

Para ello diseñó procesos cuyos temas y objetivos son los siguientes:

**TABLA 7: Programas de capacitación impulsados por el MIPRO**

<b>Temas de capacitación</b>	<b>Objetivos</b>
<b>Buenas Prácticas de Manufactura (BPM).</b>	Está orientada a mejorar la competitividad a través de impulsar las BPM en el sector de alimentos.
<b>Renova panadería.</b>	Se orienta a renovar la maquinaria del sector panificador artesanal a fin de mejorar su productividad, utilizando bienes de capital de producción nacional.
<b>Pan líder.</b>	Este programa consistía en capacitar en buenas prácticas de manufactura y buenas prácticas comerciales.
<b>Socialización Registro de la Productores Nacionales.</b>	Está orientado a calificar como nacionales a los bienes y servicios de las diferentes empresas que participan en compras públicas.
<b>Socialización Registro de comercializadores de bienes de producción nacional (SBPN).</b>	El Sistema de Comercializadores de Bienes de Producción Nacional (SBPN) está diseñado para que locales comerciales que venden bienes de producción nacional puedan ser parte del sistema para la devolución del IVA a turistas extranjeros, a la vez que los ayudará a incrementar sus ventas.
<b>Socialización de Registro Sanitario</b>	Consistía en capacitar a las MIPYMES, para dar a conocer los plazos de obtener el registro sanitario.



<p><b>Sellos “hace bien hace mejor”</b></p>	<p><b>Sellos hace bien:</b> Reconocimiento por parte del Estado Ecuatoriano a las empresas que cumplen con las disposiciones legales y normativas que regulan las cuatro éticas empresariales (con los trabajadores; con la comunidad, clientes y proveedores; con el estado y el medioambiente) promovidas por el Gobierno Nacional, y han incorporado un pequeño porcentaje de buenas prácticas en su gestión empresarial.</p> <p><b>Sellos hace mejor:</b> Reconocimiento por parte del Estado Ecuatoriano a las empresas que han incorporado a su gestión empresarial altos estándares de buenas prácticas en los aspectos relativos a las cuatro éticas empresariales. Para alcanzar este Sello, “Hace Mejor”, las empresas necesariamente deben haber obtenido previamente el “Sello Hace Bien”.</p>
<p><b>Exporta fácil</b></p>	<p>Fomentar la inclusión de MIPYMES y Artesanos en los mercados internacionales, contribuyendo a la competitividad de los productos ecuatorianos.</p> <p>Brindar servicios que generen valor agregado al Exporta Fácil, como capacitaciones, asistencias técnicas en uso de la herramienta, en comercio exterior, en búsqueda de mercados internacionales.</p>

FUENTE: [www.industrias.gob.ec](http://www.industrias.gob.ec)

ELABORADO POR: Clara Paguay

Dichos programas están además en concordancia con los Objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir, que persiguen la inclusión del sector producto en la transformación de la Matriz Productiva, que es una cuestión estratégica que en el mediano y largo plazo a través de la llamada economía del conocimiento, direccionarán al país hacia escenarios de mayor competitividad y riesgos, los mismos que hay que disminuirlos para asegurar el pleno

empleo y la generación de riqueza, que conlleva además a la atracción de capitales internos y externos que madurarán el proceso.

#### **2.2.7.2 MIPYMES capacitadas por el Ministerio de Industrias y Productividad**

De acuerdo al **Informe de Rendición de cuentas del Ministerio de Industrias y Productividad (2012)** la gestión de fomento de las MIPYMES ha sido fortalecida mediante la articulación con entidades públicas como Ministerio de Salud Pública, Ministerio de Inclusión Económica y Social, Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad, Banco Nacional de Fomento, Ministerio Coordinador de Desarrollo Social, entre otras. Resultado de la articulación con la banca pública, durante el 2012 se desembolsaron USD 295 millones para desarrollo productivo. En materia de capacitación, en un esfuerzo conjunto con la Secretaría Técnica de Capacitación y Formación Profesional (SETEC), se invirtieron USD 63 millones en el desarrollo de capacidades de 467.865 ecuatorianos y ecuatorianas. Asimismo, en articulación con el Ministerio Coordinador de la Producción Empleo y Competitividad se facilitó el proceso de capacitación de Buenas Prácticas de Manufactura y Buenas Prácticas de Higiene a cerca de 800 productores de aguardiente que se integraron al Programa ECOPAÍS-BIO combustible, a través del cual los proveedores acceden a un mejor precio en la comercialización del alcohol.

El Ministerio de Industrias y Productividad ha capacitado a 1260 MIPYMES y artesanos de los sectores de alimentos procesados y farmacéutica en Buenas Prácticas de Manufactura y Buenas Prácticas de Higiene y se ha impulsado la implementación y ejecución del Modelo Europeo de Excelencia con sus distintos componentes (Criterios y Subcriterios), cuya finalidad es desarrollar la capacidad de autoevaluación de las empresas, siendo entregado los certificados de Reconocimiento EFQM 200+ ( Modelo Europeo de Excelencia Empresarial+) ( **pág. 38-39**).

### **2.2.7.3 Los programas de capacitación del MIPRO y el cambio de la Matriz Productiva**

De acuerdo al diario **El Universo (2013, pág. 3)** es importante resumir los criterios emitidos durante el encuentro empresarial por el cambio de matriz productiva, organizado por la Cámara de la Pequeña y Mediana Empresa y la Prefectura de Pichincha, se rescató el criterio de que, según el censo del 2010, hay 500 mil unidades productivas en el país, de las que el 99,67% son MIPYMES. Pero su contribución al PIB aún es baja. Y al comparar con otro país como Turquía el 95% de empresas son MIPYMES, pero estas aportan con un 70% a las exportaciones y las de Ecuador apenas bordean el 13%. Otros problemas son que el 95% de estas entidades no están regularizados y enfrentan dificultades de acceso a crédito.

Lo cual a la larga describe una realidad que en años no se ha logrado transformar, pues, las empresas no están aún preparadas para retos de mercado más exigentes como el de la Comunidad Europea, los EE.UU, Asia, entre otros, como de hecho lo están países como Chile que tiene acuerdos comerciales con por lo menos 40 países, o sin ir muy lejos Colombia y Perú, que ya firmaron con la Unión Europea y Estados Unidos.

El Ecuador está por buen camino con la Unión Europea, por ello hace falta que la clase empresarial se proyecte hacia estos retos que implican conocimiento de mercados y condiciones de negocios.

### **2.2.7.4 Unidad Técnica de Chimborazo.**

#### **2.2.7.4.1 Misión de la Unidad Técnica de Chimborazo**

Gestionar y ejecutar la adecuada distribución de los recursos económicos, financieros, asistencia técnica y acompañamiento a los usuarios directos del sector, con el fin de que dispongan de las herramientas necesarias para dinamizar y reactivar la producción del sector.

#### **2.2.7.4.2 Funciones y atribuciones de la Unidad Técnica de Chimborazo**

La Unidad Técnica de Chimborazo viene manejando programas de capacitación y asistencia técnica dirigidas a las MIPYMES y artesanos. Según el **Estatuto por procesos del MIPRO (2013)** entre las funciones y atribuciones de esta Unidad podemos destacar las siguientes:

1. Ejecutar las políticas, programas, proyectos y actividades definidos a nivel ministerial a través de las diferentes subsecretarías y coordinaciones de la matriz en las provincias;
2. Generar propuestas, planes y programas de apoyo al mejoramiento de la productividad para el sector industrial en las provincias de su ámbito de acción, de acuerdo a las políticas, estrategias nacionales.
3. Impulsar la práctica de la gestión tecnológica en las empresas industriales, apoyando programas de asistencia y capacitación en innovación tecnológica, gestión de excelencia y transferencia tecnológica y promoviendo la articulación con las universidades y la oferta de servicios científicos y tecnológicos del país previa aprobación por parte de la matriz, dentro de su respectiva provincia.
4. Implementar políticas y herramientas que apoyen su desarrollo productivo para el acceso a los mercados nacionales e internacionales dentro de su respectiva provincia.
5. Generar políticas, programas y proyectos que faciliten el acceso a créditos destinados al desarrollo productivo, comercial y/o tecnológico dentro de su respectiva provincia.
6. Motivar y apoyar al sector, en procesos de certificación de calidad, mejoramiento continuo de la calidad y productividad dentro de su respectiva provincia.
7. Impulsar, apoyar y motivar la realización de proyectos de asociatividad productiva dentro de su respectiva provincia.

8. Promocionar los productos de las MIPYMES y Artesanías dentro de su respectiva provincia.
9. Dirigir la ejecución de los proyectos de asistencia técnica y provisión de servicios a los usuarios del sector.
10. Identificar, desarrollar y promocionar proyectos de inversión pública para el desarrollo de la provincia.
11. Cumplir y hacer cumplir las leyes y reglamentos que regulan las actividades en el sector productivo e industrial.
12. Emitir autorizaciones, permisos y certificaciones de la actividad del sector.
13. Desarrollar la competencia emprendedora para la creación de nuevas empresas dentro de su provincia (**Estatuto Orgánico del MIPRO, págs. 101-102**).

#### **2.2.7.4.2 Acceso a los programas de capacitación**

La Unidad Técnica de Chimborazo viene desarrollando programas de capacitación y asistencia técnica los mismos que están dirigidos a las MIPYMES y artesanos.

Los programas de capacitación y asistencia técnica son gratuitos, los encargados de capacitar son los funcionarios del MIPRO, al igual que la asistencia técnica que está a cargo de técnicos que de acuerdo a su planificación asisten a las MIPYMES, las cuales deben llenar con anterioridad un formulario solicitando asistencia técnica.

#### **2.2.7.4.3 Empresas capacitadas por la Unidad Técnica de Chimborazo**

De acuerdo a los registros que reposan en la Unidad Técnica de Chimborazo se han capacitado a 200 MIPYMES dentro de la provincia de Chimborazo desde el año 2011 al 2013, en temas como; pan líder, socialización del registro sanitario, proyectos de emprendimiento, socialización plan de mejoramiento competitivo, reglamentación técnica y notificaciones, proceso de inscripción y devolución del impuesto redimible a las botellas

plásticas, socialización registro de productores nacionales, Registro a la Producción Nacional, Buenas Prácticas de Manufactura, capacitación en empaques y seminario de medidas de protección a la producción nacional. Se han atendido al sector panadero, lácteos, textiles, vulcanizadoras, recicladoras y artesanías.

Pues este es precisamente el programa que se investigó y por tanto se va a evaluar de manera técnica, científica y sobre todo objetiva, guardando la proporcionalidad que la heterogeneidad de la estructura empresarial implica, pero poniendo el énfasis suficiente en las transformaciones producidas en la gestión técnica y administrativa así como los cambios tecnológicos que pudieron dar las empresas beneficiarias de la capacitación del MIPRO, para leer la realidad de los mercados de una manera más objetiva y sobre todo de retos.

## **2.3 HIPÓTESIS**

### **2.3.1 Hipótesis General**

Los procesos de capacitación de la Unidad Técnica de Chimborazo del MIPRO, inciden en la adquisición de competencias que fortalecen las capacidades gerenciales de las MIPYMES del Cantón Riobamba y/o permiten abrirse a nuevas posibilidades de desarrollo y expansión, durante el periodo 2011-2013.

## **2.4 VARIABLES**

**2.4.1 Variable Independiente:** Programas de capacitación de la Unidad Técnica de Chimborazo del MIPRO.

**2.4.2 Variable Dependiente:** Fortalecimiento de las capacidades competitivas de las MIPYMES del Cantón Riobamba.

### **2.4.3 Operacionalización de las variables**

En el cuadro presentado a continuación se detalla la operacionalización de las variables del trabajo investigado.

**TABLA 8: Operacionalización de las variables**

Variables	Concepto	Categorías	Indicador	Técnicas e instrumentos
<b>Variable Independiente</b>  Programas de capacitación.	Los programas de capacitación consisten en una serie de actividades planeadas y basadas en las necesidades de las empresas.	Capacitación        Evaluación	Número de eventos. No. de MIPYMES beneficiarias.   No. de visitas de monitoreo. No. de eventos efectuados.	<b>Técnica:</b> <b>1.</b> Encuentras <b>Instrumento:</b> <b>1.</b> Cuestionario <b>2.</b> Archivos del MIPRO <b>3.</b> Testimonios de los beneficiarios
<b>Variable Dependiente</b>  Fortalecimiento de las capacidades competitivas de las MIPYMES del cantón Riobamba.	Consiste en desarrollar un cambio en los conocimientos, habilidades y aptitudes gerenciales y de los empleados que les permitan realizar sus actividades de manera eficiente a fin de mejorar la competitividad, desarrollo y expansión de las MIPYMES	MIPYMES        Competitividad        Productividad	No. de MIPYMES registradas. Actividades económicas en base al CIU. Número de trabajadores.  Mejoramiento de la calidad. Tecnología que utilizan.  Incremento de la producción. Procesos implementados.	<b>Técnica:</b> <b>1.</b> Encuentras <b>Instrumento:</b> <b>1.</b> Cuestionario <b>2.</b> Archivos del MIPRO <b>3.</b> Testimonios de los Beneficiarios

**Fuente:** Proyecto de investigación

**Autora:** Clara Paguay

## **CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO**

### **3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1.1 Cualitativa**

Está enfocada en la modalidad cualitativa debido a que mediante la investigación se hace un análisis de los resultados que son estudiados mediante la utilización de la encuesta como técnica, mientras que a través de la investigación cuantitativa, la cual se apoya en datos numéricos y métodos estadísticos, pudimos determinar el impacto de los programas de capacitación de Unidad Técnica de Chimborazo del Ministerio de Industrias y Productividad en el crecimiento de las MIPYMES del Cantón Riobamba participantes en el periodo 2011-2013.

### **3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

Se consideró en el presente estudio el tipo de investigación descriptivo, exploratorio y explicativo.

#### **3.2.1. Investigación Descriptiva**

En esta investigación se describió en forma detallada la información, es decir conceptos y teorías. Esto permitió entender de mejor manera los programas de capacitación dirigido a las MIPYMES.

#### **3.2.2. Investigación Exploratoria**

La investigación es de tipo exploratorio ya que se investigó el desempeño de los programas de capacitación en el crecimiento de las MIPYMES en el Cantón Riobamba. Se realizaron encuestas que permitieron obtener información de fuentes primarias.



### 3.2.3 Investigación Explicativa

La investigación es de tipo explicativo ya que se trató de definir todos los aspectos concernientes al desempeño de cada una de las variables, es decir de los programas de capacitación y el fortalecimiento de las capacidades competitivas de las MIPYMES.

## 3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

### 3.3.1 Población

La población base para este estudio fue el registro de MIPYMES capacitadas del Cantón Riobamba que existe en la Unidad Técnica de Chimborazo del MIPRO. El número total de MIPYMES sumado desde el año 2011 al 2013 es de 100.

### 3.3.2 Muestra

Para el presente estudio, se realizó una investigación a través de encuestas las mismas que estarán orientadas a las MIPYMES del cantón a través de los registros existentes en la Unidad Técnica de Chimborazo del MIPRO.

En la siguiente investigación se aplicara la siguiente formula:

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{e^2 N - 1 + \sigma^2Z^2}$$

**Dónde:**

**n** = el tamaño de la muestra.

**N** = tamaño de la población.

**σ** = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

**Z** = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del investigador.

**e**= Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.

De acuerdo a la población, el registro de MIPYMES capacitadas durante el periodo de estudio es de 100, considerando esta población se ha extraído la siguiente muestra significativa.

$$n = \frac{N\sigma^2 Z^2}{e^2 N - 1 + \sigma^2 Z^2}$$

$$n = \frac{100 \cdot 0,5^2 \cdot 1,96^2}{0,05^2 100 - 1 + 0,5^2 \cdot 1,96^2}$$

$$n = \frac{100 \cdot 0.25 \cdot 3.8416}{0.0025 99 + 0.25 \cdot 3.8416} = 78$$

El tamaño de la muestra para aplicar a las MIPYMES son de 78 encuestas.

### **3.4 MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS**

#### **3.4.1 Métodos**

La presente investigación se basó en los siguientes métodos.

##### **3.4.2.1 Método Inductivo**

Se utilizó este método, para la recopilación de la información, a través de esta investigación de campo compuesto por encuestas que determinó la incidencia de los programas de capacitación impulsados por la Unidad Técnica de Chimborazo en el crecimiento de las MIPYMES.

##### **3.4.2.2 Método Histórico Lógico**

Se aplicó este método para conocer la evolución y desarrollo histórico de las MIPYMES y de los programas de capacitación.

### **3.4.2 Técnicas**

Las técnicas para la recolección y manejo de datos fueron los siguientes:

#### **3.4.2.1 Encuestas**

A través de las encuestas se recolectó la información necesaria, utilizando como instrumento un cuestionario que se empleó según las necesidades de la investigación. Las encuestas fueron aplicadas al dueño o gerente de las MIPYMES capacitadas en el MIPRO en el periodo 2011-2013.

### **3.4.3 Instrumentos**

El instrumento para la recopilación y manejo de información fue el cuestionario.

#### **3.4.3.1 Cuestionario**

El cuestionario se aplicó a través de un conjunto de preguntas las mismas que se aplicaron a las MIPYMES del Cantón Riobamba.

## **3.5 RESULTADOS**

A manera de introducción, es procedente determinar algunas características que encaminan la interpretación de los resultados de una amplia encuesta que intenta cubrir todas y cada una de los indicadores que por cada variable que se han podido considerar para efectuar la primera evaluación de un programa oficial de capacitación y asistencia técnica empresarial, promovido por el Ministerito de la Producción MIPRO.

La mayoría de preguntas tiene varias opciones de respuesta que se describen tanto en la Frecuencia Absoluta F.A y la Frecuencia Relativa F.R, que de las tablas permiten expresarlas gráficamente para tener una lectura más aproximada del fenómeno que se está estudiando.

Con esas explicaciones generales, se procede pregunta por pregunta a interpretar la riqueza de información encontrada:

## 1. CIU de las MIPYMES capacitadas

Se utilizó el Código Industrial Internacional Unificadas de actividades económicas de 7 dígitos de acuerdo a las actividades que desarrollan las MIPYMES.

**TABLA 9: CIU de las MIPYMES capacitadas**

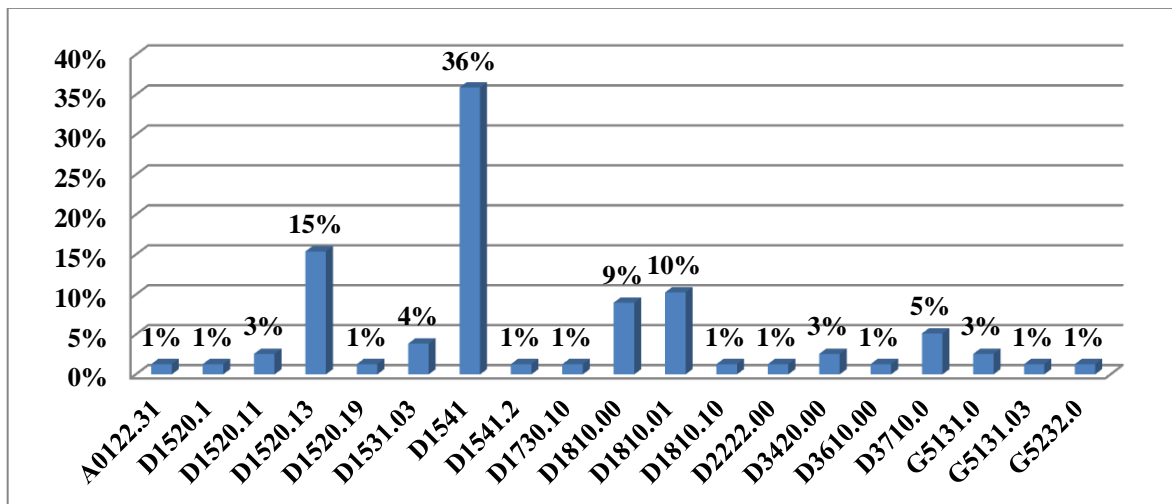
CIU	Actividad	F.A	F.R
A0122.31	Obtención de miel natural y cera de abejas.	1	1%
D1520.1	Producción de derivados lácteos.	1	1%
D1520.11	Producción de helados y otros productos comestibles similares.	2	3%
D1520.13	Producción de queso o requesón: fresco, curado, de pasta dura o fundido.	12	15%
D1520.19	Producción de otros derivados lácteos.	1	1%
D1531.03	Producción de harinas, sémolas y gránulos de cereales de: trigo, centeno, avena, maíz y otros cereales.	3	4%
D1541	Elaboración de productos de panadería.	28	36%
D1541.2	Elaboración de productos secos de panadería.	1	1%
D1730.10	Fabricación de tejidos de punto y ganchillo.	1	1%
D1810.00	Fabricación de prendas de vestir para hombres, mujeres, niños y bebés: ropa exterior, interior, de dormir; ropa de diario y de etiqueta, ropa de trabajo (uniformes) y para practicar deportes (calentadores, buzos de arquero, pantalonetas, etc.).	7	9%
D1810.01	Confección de ropa a la medida.	8	10%
D1810.10	Actividades administrativas de compra de materias primas para la elaboración de prendas de vestir.	1	1%
D2222.00	Encuadernación, y producción de caracteres de imprenta compuestos, planchas o cilindros de impresión preparados, piedras litográficas impresas u otros medios impresos de reproducción para su utilización por otras	1	1%

	imprentas.		
D3420.00	Fabricación de carrocerías (incluso cabinas) diseñadas para ser montadas sobre chasis de vehículos automotores, carrocerías para vehículos sin chasis y carrocerías de monocasco; carrocerías para vehículos de turismo, camiones y vehículos de uso especial; carrocerías de acero, aleaciones, madera, plástica o combinaciones de estos u otros materiales.	2	3%
D3610.00	Fabricación de muebles de madera para el hogar, oficina u otros usos: excepto muebles para medicina o afines: muebles de sala, comedor, dormitorio, escritorios, papeleras, etc.	1	1%
D3710.0	Reciclamiento de desperdicios y desechos metálicos.	4	5%
G5131.0	Venta al por mayor de productos textiles, prendas de vestir y calzado.	2	3%
G5131.03	Venta al por mayor de prendas de vestir.	1	1%
G5232.0	Venta al por menor en establecimientos especializados de productos textiles, prendas de vestir, calzado y artículos de cuero.	1	1%
<b>TOTAL</b>		78	100%

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las MIPYMES del Cantón Riobamba.

**Autora:** Clara Paguay

**GRÁFICO 1: CIU de las MIPYMES**



**Fuente:** Encuestas aplicadas a las MIPYMES del Cantón Riobamba.

**Autora:** Clara Paguay

De las MIPYMES encuestadas el 36% pertenece al CIU D1541 de panadería y pastelería, el 15% pertenece al CIU D1520.11 de producción de queso o requesón: fresco, curado, de pasta dura o fundido, el 10% al CIU D1810.01 de confección de ropa a la medida, el 9% al CIU D1810.00 de fabricación de prendas de vestir para toda edad, el 5% al CIU D3710.0 de reciclamiento de desperdicios y desechos metálicos, 4% al CIU D1531.03 de producción de harinas, sémolas y gránulos de cereales de: trigo, centeno, avena, maíz y otros cereales, y con un 3% respectivamente se encuentra el CIU de, D1520.11 de producción de helados y otros productos comestibles similares, D3420.00 de fabricación de carrocerías, G5131.0 de venta al por mayor de productos textiles, prendas de vestir y calzado.

Y tan solo el 1% respectivamente pertenecen al CIU A0122.31 de obtención de miel natural y cera de abejas, el D1520.1 de producción de derivados lácteos, el D1520.19 de producción de otros derivados lácteos, el D1541.2 de elaboración de productos secos de panadería, el D1730.10 de fabricación de tejidos de punto y ganchillo, el D1810.10 de compra de materias primas para la elaboración de prendas de vestir, el D2222.00 de actividades de imprenta, el D3610.00 de fabricación de muebles, el G5131.03 venta al por mayor de prendas de vestir y el G5232.00 de venta al por menor en establecimientos especializados de productos textiles, prendas de vestir, calzado y artículos de cuero.

**2. ¿En qué grado está usted satisfecho con la capacitación proporcionada para su empresa por el MIPRO?**

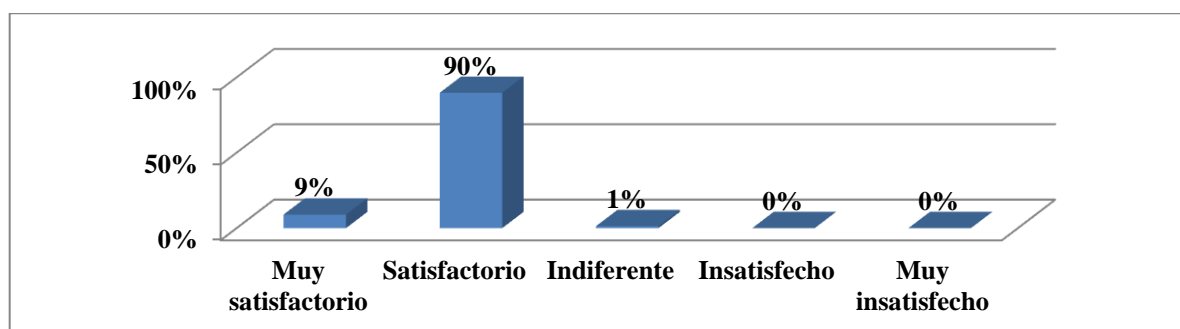
**TABLA 10: Satisfacción de la capacitación del MIPRO**

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Muy satisfactorio.	7	9%
Satisfactorio.	70	90%
Indiferente.	1	1%
Insatisfecho.	0	0%
Muy insatisfecho.	0	0%
<b>Total</b>	<b>78</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las MIPYMES del Cantón Riobamba.

**Autora:** Clara Paguay

**GRÁFICO 2: Grado de satisfacción de la capacitación**



**Fuente:** Encuestas aplicadas a las MIPYMES del Cantón Riobamba.

**Autora:** Clara Paguay

El 90% de las y los empresarios beneficiarios del programa, se sienten satisfechos de la experiencia de capacitación recibida, el 9% están muy satisfechos y tan solo el 1% se encuentran indiferentes del programa. Lo cual debe motivar al estado en relación a los contenidos y proyecciones del mismo, en virtud de las metodologías utilizadas y lo que es más atractivo la gratuidad del programa, hecho que posiblemente hubiese sido diferente si el proceso tenía un costo que debía ser cubierto por el o la empresa.

Generalmente las MIPYMES que acceden a programas de ONG's o de sus propios gremios al respecto, califican más el tema de la calidad y utilidad de los mismos, al margen de su costo.

### 3.- ¿En qué áreas usted fue capacitado por el MIPRO?

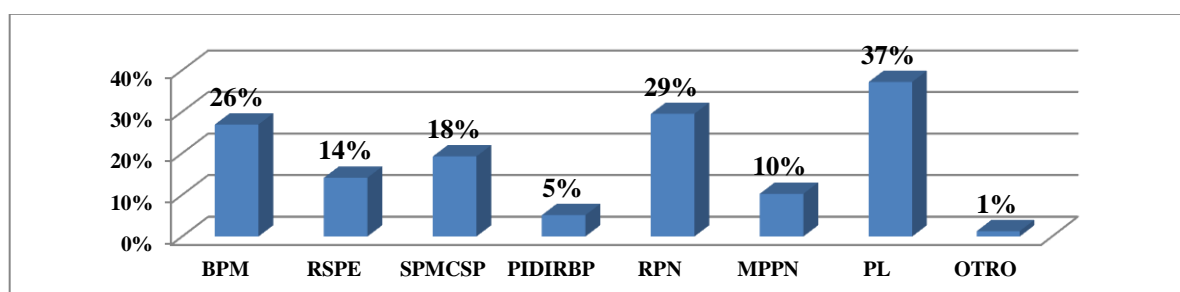
**TABLA 11: Principales áreas temáticas del programa**

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Buenas Prácticas de Manufactura.	20	26%
Registro sanitario y proyectos de emprendimiento.	11	14%
Plan de mejoramiento competitivo sector panadería y pastelería.	14	18%
Proceso de inscripción y devolución del impuesto redimible a las botellas plásticas.	4	5%
Registro de Productores Nacionales.	23	29%
Medidas de Protección a la Producción Nacional.	8	10%
Pan Líder.	29	37%
Otro.	1	1%

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las MIPYMES del Cantón Riobamba.

**Autora:** Clara Paguay

**GRÁFICO 3: Áreas en las que fue capacitado**



**Fuente:** Encuestas aplicadas a las MIPYMES del Cantón Riobamba.

**Autora:** Clara Paguay

El 37% de las MIPYMES encuestadas afirman haber recibido capacitación sobre el programa “Pan Líder” seguido con un 29% en Registro de Productores Nacionales, un 26% en Buenas Prácticas de Manufactura, un 18% en Plan de mejoramiento competitivo dirigido al sector panadería y pastelería, y un 1% en empaquetado.

De hecho la temática del programa va direccionada a lo que estratégicamente le interesa al estado capacitar en función del cambio de la Matriz Productiva, Plan Nacional del Buen Vivir y la Agenda de Transformación Productiva con el propósito de que las empresas se inserten en dichos procesos con actitudes y aptitudes gerenciales, que modifiquen las estructuras de sus empresas, para ser más competitivas, eficientes y funcionales a las políticas de Estado.



#### 4. ¿En cuántos eventos de capacitación y asistencia técnica participo?

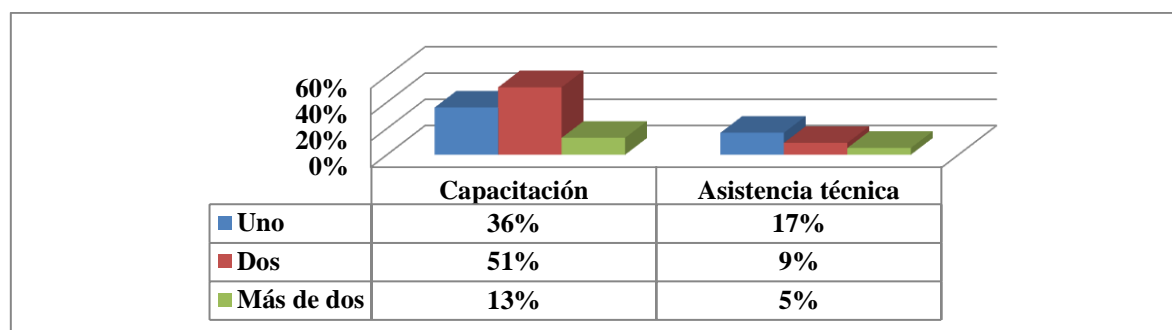
**TABLA 12: Participación de las empresas en eventos**

Opciones	Capacitación		Asistencia técnica	
	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
<b>Uno.</b>	28	36%	13	17%
<b>Dos.</b>	40	51%	7	9%
<b>Más de dos.</b>	10	13%	4	5%
<b>Total</b>	<b>78</b>	<b>100%</b>		

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las MIPYMES del Cantón Riobamba.

**Autora:** Clara Paguay

**GRÁFICO 4: Número de eventos en los que participó en el MIPRO**



**Fuente:** Encuestas aplicadas a las MIPYMES del Cantón Riobamba.

**Autora:** Clara Paguay

De las MIPYMES encuestadas el 51% manifestaron haber recibido capacitación en dos ocasiones seguida de un 36% que recibieron una vez y un 13% más de dos veces. Con lo que respecta a asistencia técnica un 17% de las MIPYMES lo han recibido una vez, el 9% dos veces y un 5% más de dos veces han accedido a este servicio que brinda el MIPRO, los mayores porcentajes sobre asistencia técnica están representados por las MIPYMES del sector de alimentos como son lácteos y quesos seguido por el sector textil.

Dichos resultados obligan a inferir que la percepción de los beneficiarios es aún relativa sobre la aplicabilidad del proceso en sus empresas, lo cual determina que el proceso es de mediano y largo plazo y busca integrar a más beneficiarios, el problema es la falta de talento humano en el programa para que efectúe la evaluación y seguimiento in situ de los efectos de lo transferido.

5. ¿De los siguientes aspectos, cuáles cree Ud., son los resultados que su empresa logro mejorar gracias a la capacitación del MIPRO?

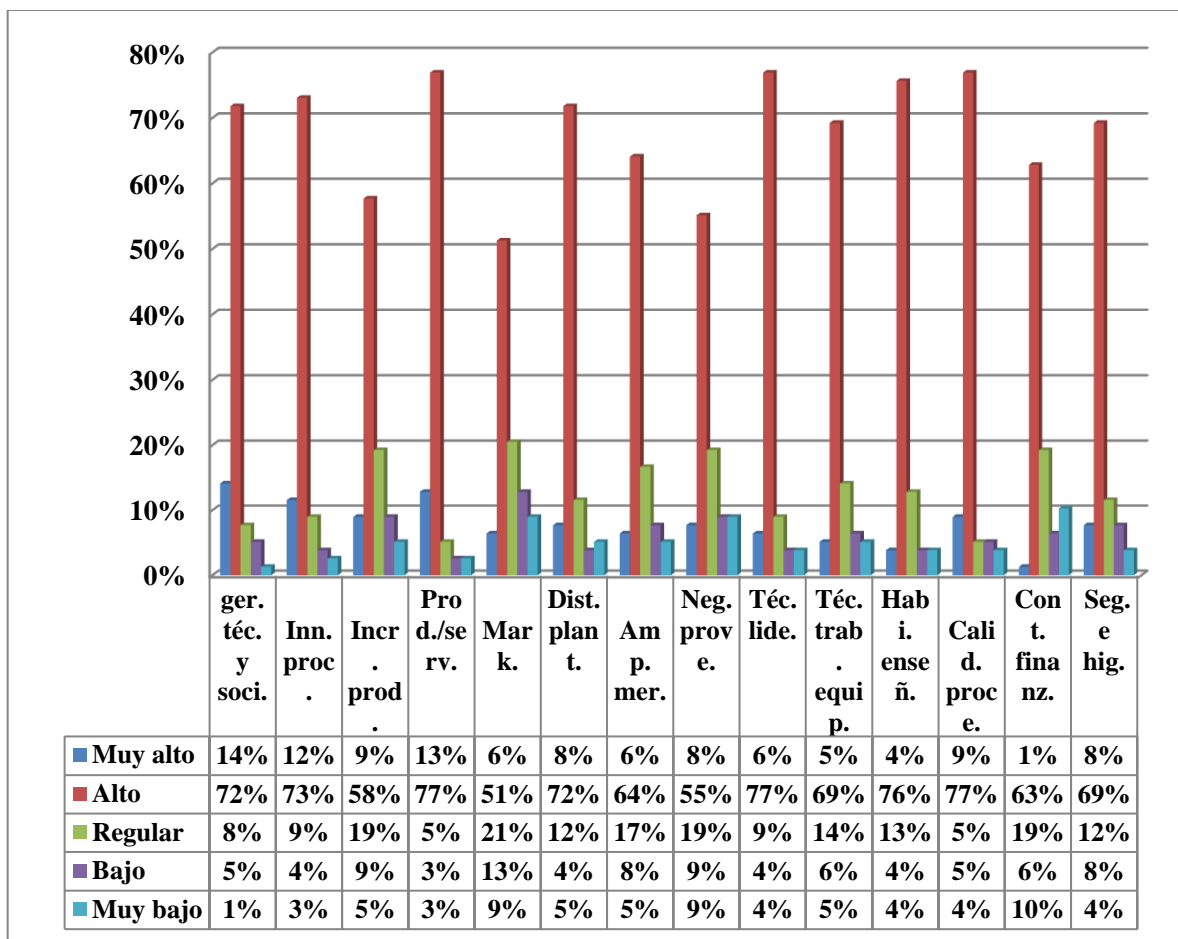
**TABLA 13: Percepción de los resultados alcanzados**

Opciones	Muy alto		Alto		Regular		Bajo		Muy bajo		Total	
	F. A	F. R	F. A	F. R	F. A	F. R	F. A	F. R	F. A	F. R	No.	%
Gerencia más técnica y social.	11	14%	56	72%	6	8%	4	5%	1	1%	78	100%
Innovación en procesos.	9	12%	57	73%	7	9%	3	4%	2	3%	78	100%
Incremento de la producción.	7	9%	45	58%	15	19%	7	9%	4	5%	78	100%
Mejoro el producto/servicio.	10	13%	60	77%	4	5%	2	3%	2	3%	78	100%
Marketing.	5	6%	40	51%	16	21%	10	13%	7	9%	78	100%
Distribución de la planta.	6	8%	56	72%	9	12%	3	4%	4	5%	78	100%
Amplio mercado. su	5	6%	50	64%	13	17%	6	8%	4	5%	78	100%
Técnicas de negocios con proveedores y clientes.	6	8%	43	55%	15	19%	7	9%	7	9%	78	100%
Técnicas de liderazgo.	5	6%	60	77%	7	9%	3	4%	3	4%	78	100%
Técnicas de trabajo en equipo.	4	5%	54	69%	11	14%	5	6%	4	5%	78	100%
Habilidades de enseñanza y formación de personal.	3	4%	59	76%	10	13%	3	4%	3	4%	78	100%
Calidad de los procesos y servicios.	7	9%	60	77%	4	5%	4	5%	3	4%	78	100%
Contabilidad y finanzas.	1	1%	49	63%	15	19%	5	6%	8	10%	78	100%
Seguridad e higiene.	6	8%	54	69%	9	12%	6	8%	3	4%	78	100%

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las MIPYMES del Cantón Riobamba.

**Autora:** Clara Paguay

**GRÁFICO 5: Percepción del logro después de la capacitación en el MIPRO**



**Fuente:** Encuestas aplicadas a las MIPYMES del Cantón Riobamba.

**Autora:** Clara Paguay

El resultado de la capacitación recibida, genera en un 72% de los y las beneficiarias, que su gerencia es más técnica y social y un 1% lo califica como muy bajo. El 73% señala que desde que asistió a la capacitación está innovando sus procesos y un 3% lo califica como muy bajo, y un 58% ha incrementado su producción lo cual califica como alto y un 5% como muy bajo, además han mejorado el producto/servicio, ya que un 77% lo califica como alto y un 5% muy bajo. En el aspecto de Marketing, un 51% lo califica como alto y un 3% como muy bajo. En la distribución de la planta un 72% lo califica como alto y un 5% como muy bajo. En el aspecto de ampliación del mercado el 64% lo califica como alto y un 5% muy bajo. En cuanto a las técnicas de negocios con proveedores y clientes el 55% lo califica como alto y un 9% como muy bajo. En técnicas de liderazgo el 77% lo califica

como alto y un 3% como muy bajo. En técnicas de trabajo en equipo un 69% lo califica como alto y un 5% como muy bajo. En las habilidades de enseñanza y formación de personal el 76% lo califica como alto y un 4% como muy bajo. En la calidad de los procesos y servicios un 77% lo califica como alto y un 4% como muy bajo. En el aspecto de contabilidad y finanzas el 63% lo califica como alto y un 10% como muy bajo. Finalmente en el aspecto de seguridad e higiene un 69% lo califica como alto y un 4% como muy bajo.

El ministerio está impulsando el programa exporta fácil, de acuerdo a los resultados las empresas fortalecen la calidad de los procesos, productos y servicio, además toman en cuenta la seguridad e higiene al momento de elaborar los productos lo cual contribuye a que las MIPYMES amplíen su mercado y generen fuentes de empleo, y sobre todo cumplen con una de las metas del Plan Nacional del Buen Vivir, el cual consiste en erradicar la pobreza.

6. ¿Cuál es su grado de satisfacción con respecto a los siguientes aspectos en su empresa producto de la capacitación recibida en el MIPRO?

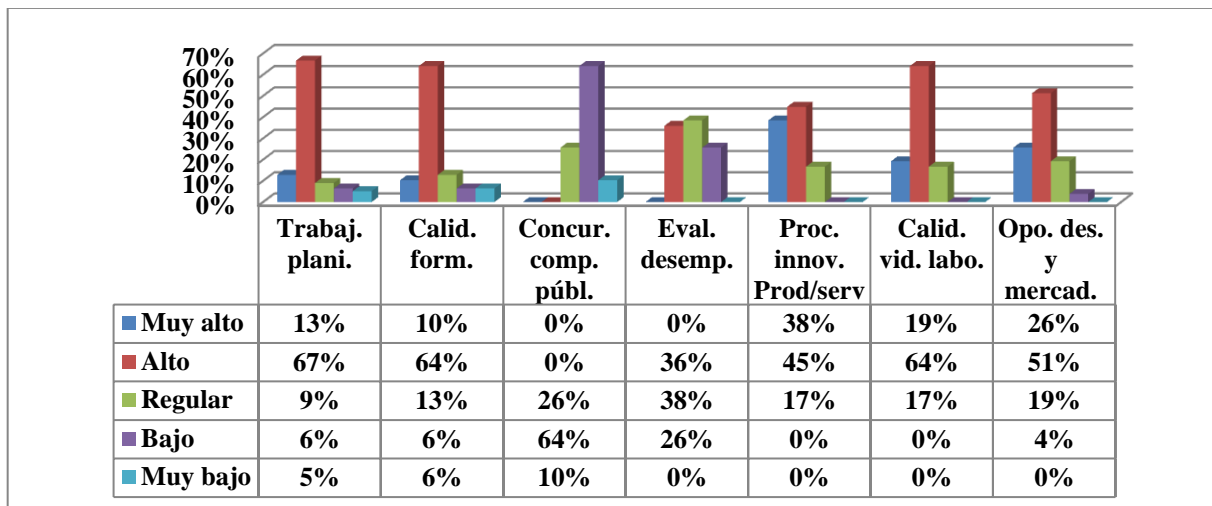
**GRÁFICO 6: Grado de satisfacción de la empresa producto de la capacitación**

Opciones	Muy alto		Alto		Regular		Bajo		Muy bajo		Total	
	F. A	F. R	F. A	F. R	F. A	F. R	F. A	F. R	F. A	F. R	No.	%
Esfuerzo para un trabajo más planificado en su empresa.	10	13%	52	67%	7	9%	5	6%	4	5%	78	100%
La calidad de la formación y orientación recibidas para orientar mejor el trabajo en la empresa.	8	10%	50	64%	10	13%	5	6%	5	6%	78	100%
El proyectar a la empresa a concursar en compras públicas.	0	0%	0	0%	20	26%	50	64%	8	10%	78	100%
Las evaluaciones de desempeño que se llevan a cabo en la empresa después de la capacitación del MIPRO.	0	0%	28	36%	30	38%	20	26%	0	0%	78	100%
El proyectar a la empresa a procesos innovadores en el diseño y presentación del producto/servicio.	30	38%	35	45%	13	17%	0	0%	0	0%	78	100%
Mejorar la calidad de vida laboral de los trabajadores y empleados.	15	19%	50	64%	13	17%	0	0%	0	0%	78	100%
Oportunidades de desarrollo y oportunidades de mercado para la empresa.	20	26%	40	51%	15	19%	3	4%	0	0%	78	100%

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las MIPYMES del Cantón Riobamba.

**Autora:** Clara Paguay

**GRÁFICO 7: Grado de satisfacción de la empresa producto de la capacitación**



**Fuente:** Encuestas aplicadas a las MIPYMES del Cantón Riobamba.

**Autora:** Clara Paguay

El 67% de las MIPYMES encuestadas califica como alto al esfuerzo para un trabajo más planificado en su empresa y el 5% muy bajo producto de la capacitación. En cuanto a la calidad de la formación y orientación recibidas para orientar mejor el trabajo en la empresa el 64% lo califica como alto y un 6% muy bajo. En lo que se refiere al aspecto de proyectar a la empresa a concursar en compras públicas el 26% lo califica como regular y el 10% como muy bajo. Las evaluaciones de desempeño que se llevan a cabo en la empresa después de la capacitación del MIPRO en cuanto a este aspecto el 36% lo califica como alto y el 26% como bajo. En el siguiente aspecto de proyectar a la empresa a procesos innovadores en el diseño y presentación del producto/servicio el 45% lo califica como alto y un 17% regular. En el aspecto de mejorar la calidad de vida laboral de los trabajadores y empleados el 64% lo califica como alto y un 17% como regular por último el aspecto de oportunidades de desarrollo y oportunidades de mercado para la empresa el 51% lo califica como alto el 4% como bajo.

De los resultados obtenidos la mayoría de las y los beneficiarios, realizan un trabajo más planificado después de la capacitación, lo cual favorece a cada una de las empresas, en lo que respecta al resultado de la capacitación sobre compras públicas la misma que se evidencia débil en las empresa, deben poner mayor énfasis, e impulsar a las empresas a participar en compras públicas, lo cual contribuye a su desarrollo.

**7. ¿Cuál es su grado de satisfacción de la capacitación recibida por la gerencia respecto a los siguientes aspectos?**

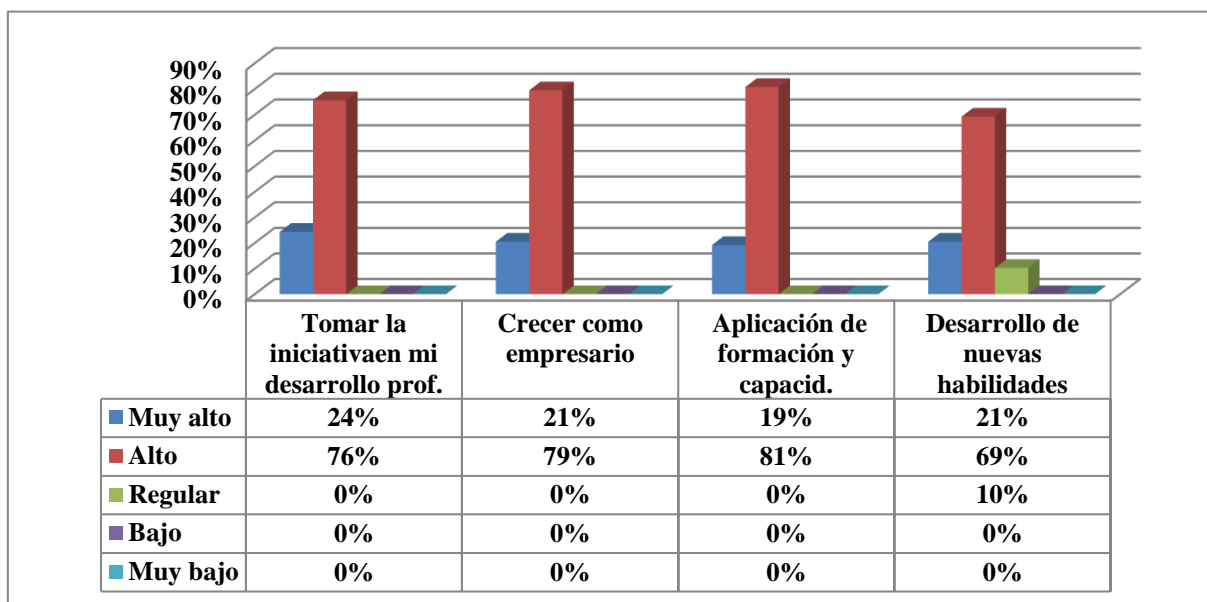
**TABLA 14: Grado de satisfacción de la capacitación para la gerencia**

Opciones	Muy alto		Alto		Regular		Bajo		Muy bajo		Total	
	F.A	F.R	F.A	F.R	F.A	F.R	F.A	F.R	F.A	F.R	No.	%
La capacitación en el MIPRO me ha brindado la oportunidad de tomar la iniciativa en mi desarrollo profesional.	19	24 %	59	76%	0	0%	0	0%	0	0%	78	100%
Tengo la oportunidad de crecer como empresario.	16	21 %	62	79%	0	0%	0	0%	0	0%	78	100%
La formación y capacitación puedo aplicarlo en mi trabajo diario.	15	19 %	63	81%	0	0%	0	0%	0	0%	78	100%
He desarrollado nuevas habilidades gracias a la formación recibida.	16	21 %	54	79%	8	10%	0	0%	0	0%	78	100%

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las MIPYMES del Cantón Riobamba.

**Autora:** Clara Paguay

**GRÁFICO 8: Grado de satisfacción de la capacitación para la gerencia**



**Fuente:** Encuestas aplicadas a las MIPYMES del Cantón Riobamba.

**Autora:** Clara Paguay

De las MIPYMES encuestadas con lo que respecta al grado de satisfacción de la capacitación para la gerencia, en el aspecto de, la capacitación en el MIPRO me ha brindado la oportunidad de tomar la iniciativa en mi desarrollo profesional el 76% lo califica como alto y un 24% lo califica como muy alto. En el aspecto de, tengo la oportunidad de crecer como empresario, el 79% lo califica como alto y un 21% como muy alto. Continuando con el aspecto de, la formación y capacitación puedo aplicarlo en mi trabajo diario, el 81% lo califica como alto y un 19% como muy alto. Finalmente el aspecto de, desarrolla de nuevas habilidades gracias a la formación recibida, lo califica con un 69% como alto y un 10% como regular.

Todo aquello implica, que los programas de capacitación tuvieron gran impacto en la gerencia de las MIPYMES, permitiendo así que exista una buena administración y direccionamiento de las mismas hacia la innovación y desarrollo.



**8. En términos generales ¿qué tan satisfecho se encuentra con su desarrollo gerencial dentro de la empresa como resultado de la capacitación en el MIPRO?**

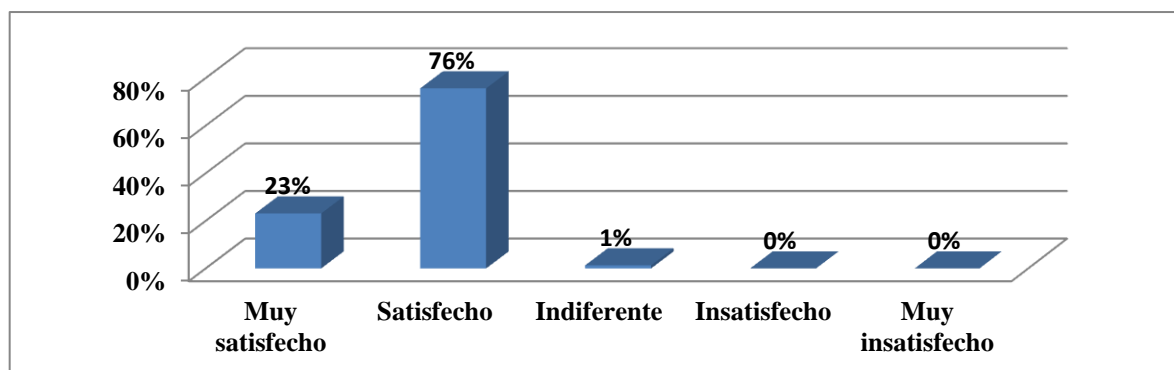
**TABLA 15: Satisfacción de la capacitación con su desarrollo gerencial**

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Muy satisfecho.	18	23%
Satisfecho.	59	76%
Indiferente.	1	1%
Insatisfecho.	0	0%
Muy insatisfecho.	0	0%
<b>Total</b>	<b>78</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las MIPYMES del Cantón Riobamba.

**Autora:** Clara Paguay

**GRÁFICO 9: Satisfacción de la capacitación con su desarrollo gerencial**



**Fuente:** Encuestas aplicadas a las MIPYMES del Cantón Riobamba.

**Autora:** Clara Paguay

De las 87 MIPYMES encuestadas, el 76% afirman estar satisfechas con el desarrollo gerencial producto de la capacitación recibida en el MIPRO, y el 23% de las empresas manifiestan están muy satisfechos y tan solo el 1% indican indiferencia en cuanto al desarrollo gerencial.

Esto debe motivar a la institución a seguir capacitando a este sector de la economía, permitiendo de esta manera que las empresas estén bien direccionadas, y busquen incorporar nueva tecnología e innoven sus procesos, obteniendo de esta manera productos de calidad.

**9. La mayor ventaja competitiva de su negocio gracias a la capacitación del MIPRO sumado su propio esfuerzo actualmente es:**

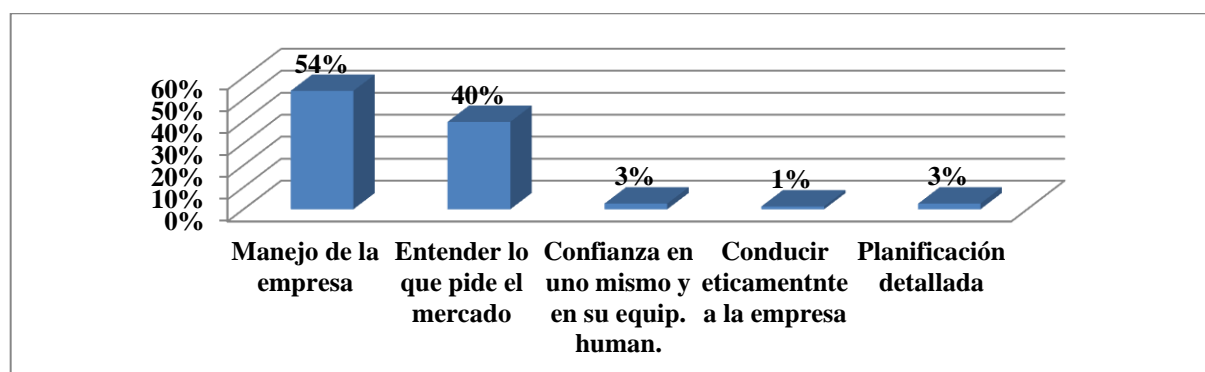
**TABLA 16: Mayor ventaja competitiva producto de la capacitación**

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
La experiencia alcanzada en manejar mejor la empresa.	42	54%
Entender mejor lo que pide el mercado.	31	40%
La confianza en uno mismo y en su equipo humano.	2	3%
Conducir éticamente a la empresa.	1	1%
La planificación detallada que efectúa para desarrollar mejor a la empresa.	2	3%
<b>Total</b>	<b>78</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las MIPYMES del Cantón Riobamba.

**Autora:** Clara Paguay

**GRÁFICO 10: La mayor ventaja competitiva producto de la capacitación**



**Fuente:** Encuestas aplicadas a las MIPYMES del cantón Riobamba.

**Autora:** Clara Paguay

La mayor ventaja competitiva después de la capacitación y suma su esfuerzo de acuerdo a las MIPYMES encuestadas es, la experiencia alcanzada en manejar mejor la empresa con un 54%, seguido de un 40% que considera que la mayor ventaja competitiva es, entender mejor lo que pide el mercado, un 3% considera que es la confianza en uno mismo y en su equipo humano, un 3% manifiesta que es la planificación detallada que efectúa para desarrollar mejor a la empresa y un 1% considera que la mayor ventaja competitiva es conducir éticamente a la empresa.

Al manejar mejor a la empresa, el cual fue el resultado de la capacitación sumado al esfuerzo de cada uno, debe generar mayor iniciativa para mantenerse y abrirse a nuevas posibilidad de desarrollo.

**10. ¿La empresa gracias a la capacitación recibida en el MIPRO, que aspectos ha implementado de los siguientes?**

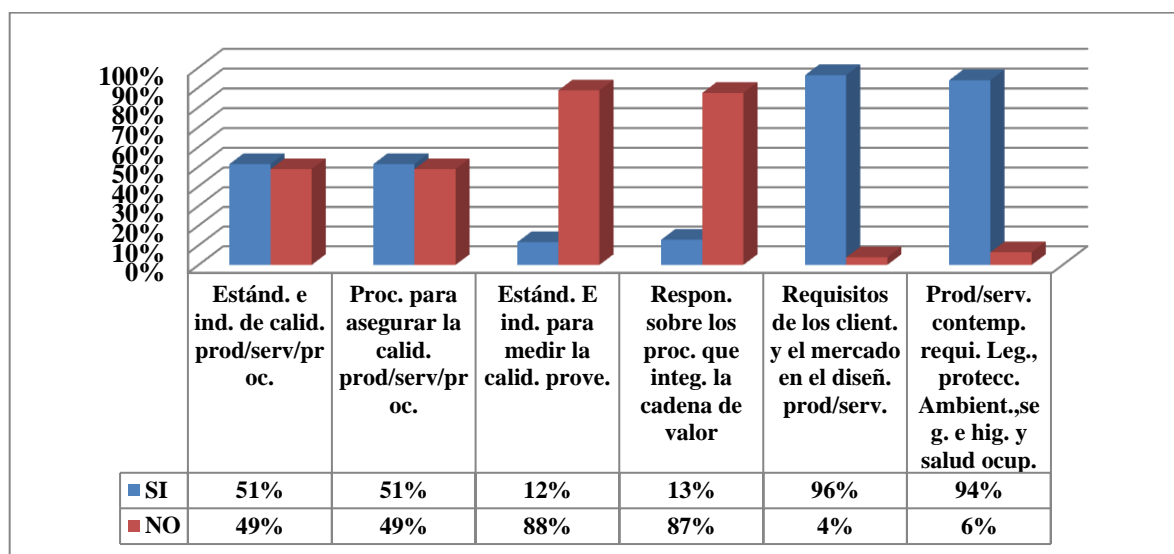
**TABLA 17: Aspectos que ha implementado después de la capacitación**

Opciones	Si		No		Total	
	F.A	F.R	F.A	F.R	No.	%
Estándares e indicadores de la calidad de sus productos, servicios y procesos.	40	51%	38	49%	78	100%
Procesos para asegurar la calidad de sus productos, servicios y procesos a través de la aplicación de métodos de medición periódicos.	40	51%	38	49%	78	100%
Estándares e indicadores para medir la calidad de sus proveedores claves.	9	12%	69	88%	78	100%
Responsabilidades sobre los procesos que integran la cadena de valor de manera documentada y permanente.	10	13%	68	87%	78	100%
Los requisitos de los clientes y del mercado en el diseño de sus productos y servicios.	75	96%	3	4%	78	100%
El diseño de sus productos y servicios contempla los requisitos legales, de protección ambiental, de seguridad e higiene y salud ocupacional.	73	94%	5	6%	78	100%

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las MIPYMES del Cantón Riobamba.

**Autora:** Clara Paguay

**GRÁFICO 11: Aspectos implementados después de la capacitación**



**Fuente:** Encuestas aplicadas a las MIPYMES del Cantón Riobamba.

**Autora:** Clara Paguay

De las MIPYMES encuestadas sobre los aspectos que se han implementado después de la capacitación. Con respecto al, estándares e indicadores de la calidad de sus productos, servicios y procesos un 51% afirma que lo ha implementado y 49% no ha implementado este aspecto. En el aspecto de, procesos para asegurar la calidad de sus productos, servicios y procesos a través de la aplicación de métodos de medición periódicos, el 51% lo ha implementado y un 49% no lo ha implementado. En el siguiente aspecto de, estándares e indicadores para medir la calidad de sus proveedores claves un 88% de MIPYMES no lo han implementado y porcentaje de 12% lo ha implementado en su empresa. Con lo que respecta a la, responsabilidades sobre los procesos que integran la cadena de valor de manera documentada y permanente, un 87% no lo ha implementado y un 13% si lo ha hecho. En el aspecto de, los requisitos de los clientes y del mercado en el diseño de sus productos y servicios, un 96% de las MIPYMES lo han implementado y un 4% no lo ha implementado. Y por último un 94% han implementado el aspecto de, el diseño de sus productos y servicios contempla los requisitos legales, de protección ambiental, de seguridad e higiene y salud ocupacional, y el 6% no lo han implementado.

De esta manera al tomar en cuenta los requisitos del cliente y del mercado en el diseño de sus productos y servicios, mismos que contemplan los requisitos legales, de protección ambiental, de seguridad e higiene y salud ocupacional, permite que las MIPYMES cumplan con las normas de calidad que maneja el país, y además contribuye a que se mantengan en el mercado y puedan incursionar en nuevos mercados.

**11. Como resultados de la capacitación recibida en el MIPRO con respecto a su talento humano la empresa actualmente:**

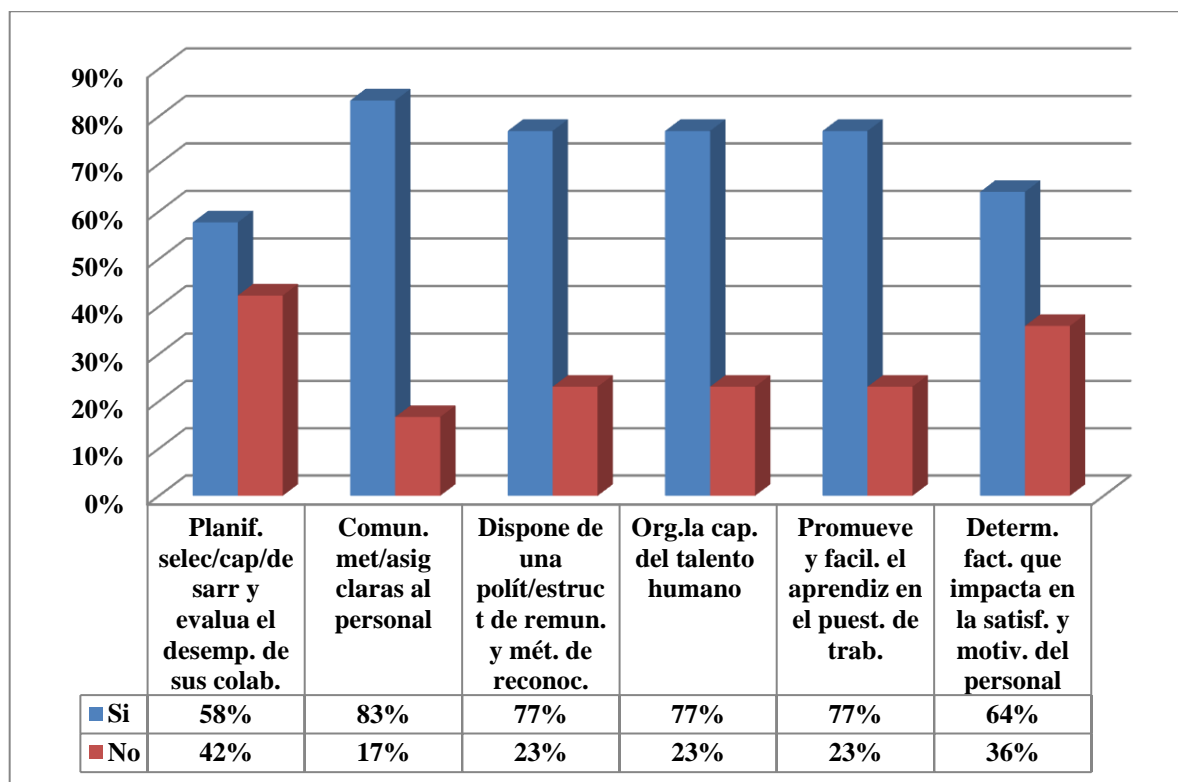
**TABLA 18: Resultados de la capacitación en el talento humano**

Opciones	Si		No		Total	
	F.A	F.R	F.A	F.R	No	%
Planifica la selección, capacitación y desarrollo de sus colaboradores y evalúa su desempeño a fin de contar con personas competentes y comprometidas en los puestos adecuados.	45	58%	33	42%	78	100%
Comunica metas y asignaciones de trabajo claras y consistentes, que guíen al personal en su acción y le permitan autoevaluar sus realizaciones.	65	83%	13	17%	78	100%
Dispone de una política y estructura de remuneraciones que cubra todos los puestos de trabajo y de métodos de reconocimiento y recompensa por el logro de objetivos que aseguren la equidad interna y la competitividad.	60	77%	18	23%	78	100%
Organiza la capacitación para apoyar tanto sus estrategias como el desarrollo del personal.	60	77%	18	23%	79	101%
La empresa promueve y facilita el aprendizaje en el puesto de trabajo.	60	77%	18	23%	78	100%
Determina los factores clave que impacta en la satisfacción y motivación de las personas, así como los instrumentos necesarios para su monitoreo y las respectivas medición de la satisfacción de su personal en el trabajo.	50	64%	28	36%	78	100%

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las MIPYMES del Cantón Riobamba.

**Autora:** Clara Paguay

**GRÁFICO 12: Resultados de la capacitación en el talento humano**



**Fuente:** Encuestas aplicadas a las MIPYMES del Cantón Riobamba.

**Autora:** Clara Paguay

De las MIPYMES encuestadas el 58% manifiesta que después de la capacitación planifica la selección, capacitación, desarrollo y evalúa el desempeño de sus colaboradores, el 83% comunica metas y asignaciones de trabajo claras y consistentes, que guían al personal en su acción y le permitan autoevaluar sus realizaciones. El 77% dispone de una política estructural de remuneraciones y métodos de reconocimientos así como también organiza la capacitación del talento humano y por ende promueve y facilita el aprendizaje en el puesto de trabajo, y el 64% determina los factores clave que impacta en la satisfacción y motivación de las personas.

De acuerdo a los resultados las MIPYMES toman en cuenta a su talento humano al comunicar metas y asignaciones claras y consistentes, y tener una política de remuneraciones para cada uno de los puestos, esto permite inferir que el personal se sienta ajusto en el puesto de trabajo permitiendo así el correcto manejo de las actividades propias de estas empresas.

**12. Como resultados de la capacitación recibida en el MIPRO con respecto la gestión tecnológica la empresa actualmente:**

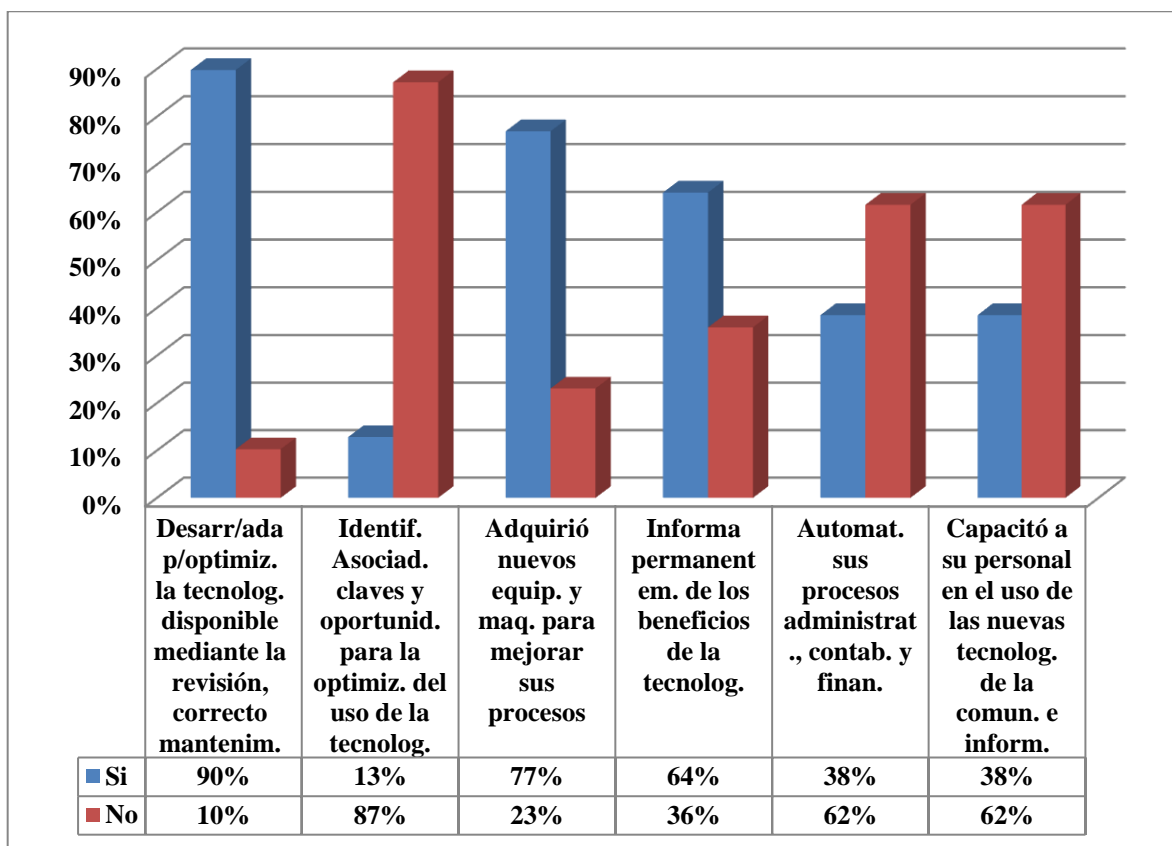
**TABLA 19: Resultado de la capacitación en la gestión tecnológica**

Opciones	Si		No		Total	
	F.A	F.R	F.A	F.R	No	%
Desarrolla, adapta y optimiza la tecnología disponible mediante la revisión, correcto mantenimiento y mejora de los procesos para apoyar y desarrollar su estrategia y sus planes.	70	90%	8	10%	78	100%
Identifica asociados claves y oportunidades de establecer asociaciones estratégicas con el estado u otras empresas para la optimización del uso de la tecnología.	10	13%	68	87%	78	100%
Adquirió nuevos equipos y maquinaria para mejorar sus procesos.	60	77%	18	23%	78	100%
Se informa permanentemente de los beneficios de la tecnología.	50	64%	28	36%	78	100%
Automatizo sus procesos administrativos, contables y financieros.	30	38%	48	62%	78	100%
Capacitó a su personal en el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación e información.	30	38%	48	62%	78	100%

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las MIPYMES del Cantón Riobamba.

**Autora:** Clara Paguay

**GRÁFICO 13: Resultado de la capacitación en la gestión tecnológica**



**Fuente:** Encuestas aplicadas a las MIPYMES del Cantón Riobamba.

**Autora:** Clara Paguay

De las MIPYMES encuestadas el 90% afirman que desarrolla, adapta y optimiza la tecnología disponible mediante la revisión, correcto mantenimiento y mejoramiento de los procesos para apoyar y desarrollar su estrategia y sus planes, el 77% adquirió nuevos equipos y maquinaria para mejorar sus procesos, el 64% de MIPYMES se informan permanentemente de los beneficios de la tecnología y el 38% automatizó sus procesos administrativos, contables y financieros y por ende capacitó a su personal en el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación e información.

Para obtener un producto de calidad, la maquinaria juega un papel primordial, por lo que destacamos que la mayoría de las empresas encuestadas revisa y da un correcto mantenimiento, y además adquirieron nuevos equipos y maquinarias, permitiendo de esta manera ahorrar tiempo y dinero.



**13. Como resultados de la capacitación recibida en el MIPRO con respecto la gestión ambiental la empresa actualmente:**

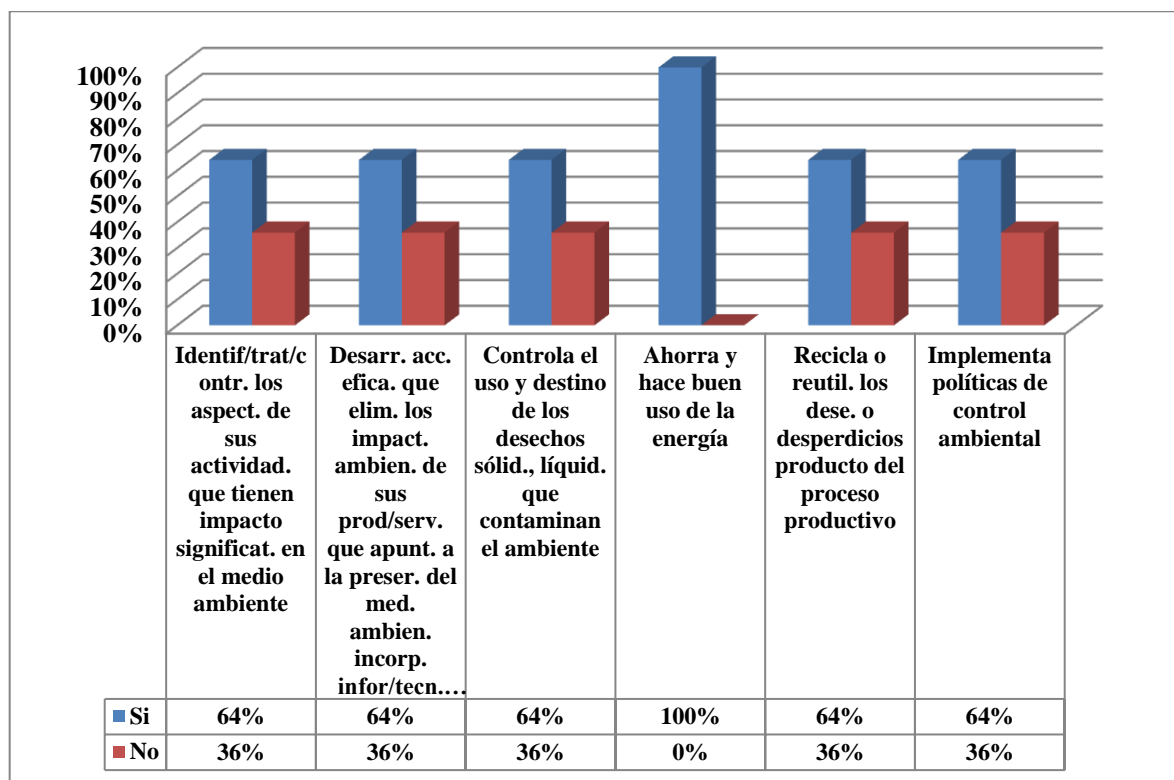
**TABLA 20: Resultados de la capacitación en la gestión ambiental**

Opciones	Si		No		Total	
	F.A	F.R	F.A	F.R	No.	%
Identifica, trata y controla los aspectos de sus actividades que tienen impacto significativo en el medio ambiente.	50	64%	28	36%	78	100%
Desarrolla acciones eficaces que mitiguen o eliminen los impactos ambientales de sus productos y servicios y que apunten a la preservación del medio ambiente incorporando información y tecnología que lleven al desarrollo sustentable.	50	64%	28	36%	78	100%
Controla el uso y destino de los desechos sólidos, líquidos que contaminan el ambiente.	50	64%	28	36%	78	100%
Ahorra y hace buen uso de la energía.	78	100%	0	0%	78	100%
Recicla o reutiliza los desechos o desperdicios producto del proceso productivo.	50	64%	28	36%	78	100%
Implementa políticas de control ambiental.	50	64%	28	36%	78	100%

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las MIPYMES del Cantón Riobamba.

**Autora:** Clara Paguay

**GRÁFICO 14: Resultados de la capacitación en la gestión ambiental**



**Fuente:** Encuestas aplicadas a las MIPYMES del Cantón Riobamba.

**Autora:** Clara Paguay

De las MIPYMES encuestadas con respecto al resultado de la capacitación con respecto a la gestión ambiental el 64% de las empresas identifican, tratan y controlan los aspectos de sus actividades que tienen impacto significativo en el medio ambiente, el 64% desarrolla acciones eficaces que mitiguen o eliminen los impactos ambientales de sus productos y servicios y que apunten a la preservación del medio ambiente incorporando información y tecnología que lleven al desarrollo sustentable, el 64% controla el uso y destinos de los desechos sólidos y líquidos que contaminan el medio ambiente, el 64% recicla o reutiliza los desechos o desperdicios producto del proceso productivo, el 64% de los encuestados implementa políticas de control ambiental y finalmente el 100% de las MIPYMES ahorra y hace buen uso de la energía.

Contribuir con la sostenibilidad del medio ambiente es parte del Plan Nacional del Buen Vivir, por ello la importancia, que las empresas identifiquen, traten y controlen todos los aspectos concernientes a sus actividades que tienen impacto significativo con el medio ambiente.

**14. Como resultados de la capacitación recibida en el MIPRO con respecto a la gestión empresarial la empresa actualmente:**

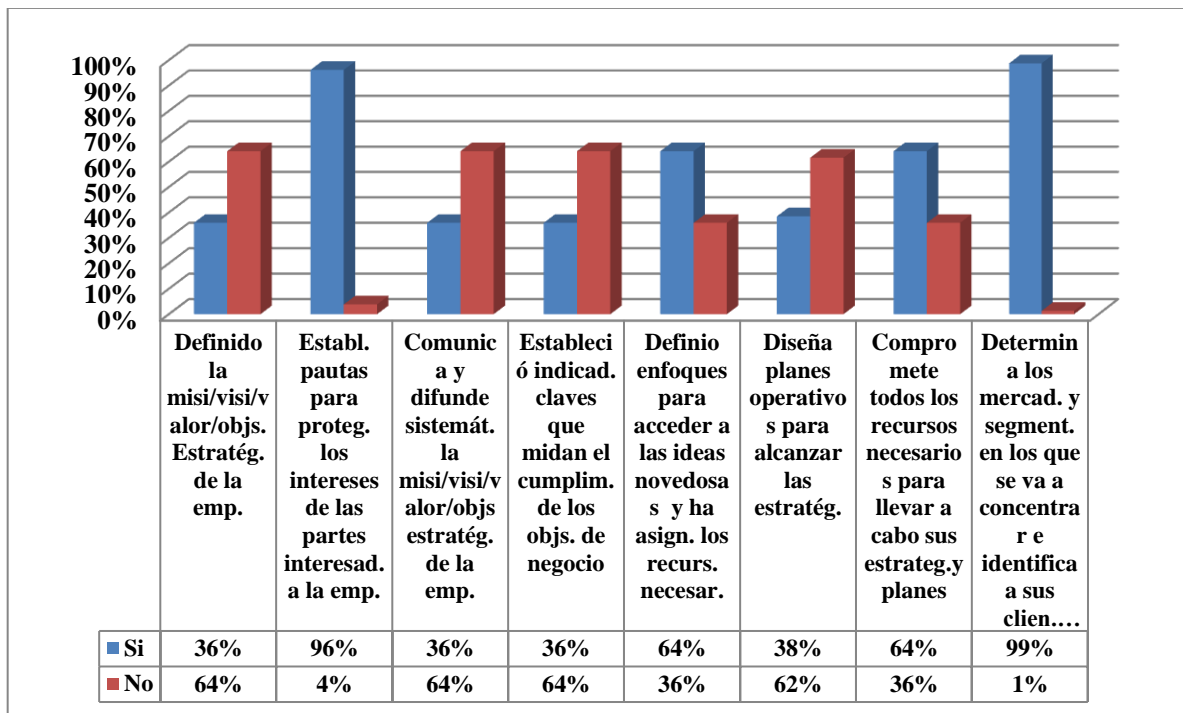
**TABLA 21: Resultados de la capacitación en la gestión empresarial**

Opciones	Si		No		Total	
	F.A	F.R	F.A	F.R	No.	%
Ha definido la misión, la visión, los valores y los objetivos estratégicos de la empresa.	28	36%	50	64%	78	100%
Establece pautas para proteger los intereses y prevenir los riesgos potenciales de todas las partes interesadas que podrían ser afectadas por el desempeño de la empresa.	75	96%	3	4%	78	100%
Comunica y difunde sistemáticamente la misión, la visión, los valores y los objetivos estratégicos de la empresa.	28	36%	50	64%	78	100%
Ha establecido indicadores clave que miden el cumplimiento de los objetivos de negocio así como referencias comparativas tanto de prácticas como de resultados.	28	36%	50	64%	78	100%
El equipo de dirección ha definido el enfoque mediante el cual se accede a las ideas novedosas y los ámbitos de aplicación de las innovaciones y ha asignado los recursos necesarios.	50	64%	28	36%	78	100%
Diseña planes operativos asociados con indicadores clave y alertas oportunas para alcanzar las estrategias.	30	38%	48	62%	78	100%
La empresa compromete todos los recursos necesarios para llevar a cabo sus estrategias y planes.	50	64%	28	36%	78	100%
La empresa determina los mercados y segmentos en los que se va a concentrar e identifica a sus clientes más importantes.	77	99%	1	1%	78	100%

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las MIPYMES del Cantón Riobamba.

**Autora:** Clara Paguay

**GRÁFICO 15: Resultado obtenidos de la capacitación en la gestión empresarial**



**Fuente:** Encuestas aplicadas a las MIPYMES del Cantón Riobamba.

**Autora:** Clara Paguay

De acuerdo a los resultados obtenidos de la capacitación en la gestión empresarial, las MIPYMES ha definido y difunde su misión, visión valores, objetivos y estrategias y establece indicadores claves que midan el cumplimiento de los objetivos del negocio los mismos que representan el 36%. Un 38% diseña planes operativos para alcanzar las estrategias, un 64% ha definido enfoques para acceder a ideas novedosas y asigna y compromete todos los recursos necesarios para llevar a cabo las estrategias y planes, el 99% determina los mercados y segmentos en los que va a concentrar e identifica a sus clientes más importantes y finalmente el 96% establece pautas para proteger los intereses y prevenir los riesgos potenciales de todas las partes interesadas que podrían ser afectadas por el desempeño de la empresa.

De acuerdo a los resultados obtenidos podemos deducir, que la gestión empresarial de la mayoría de las y los beneficiarios, está bien constituida, puesto que determinar los mercados o segmentos en los que van a incursionar, asignando además los recursos necesarios para llevar a cabo sus ideas novedosas, protegiendo siempre los intereses tanto de las personas internas y externas a la empresa.

## 15. TEMAS GENERALES DE LAS MIPYMES

### A) Su empresa está financiada con:

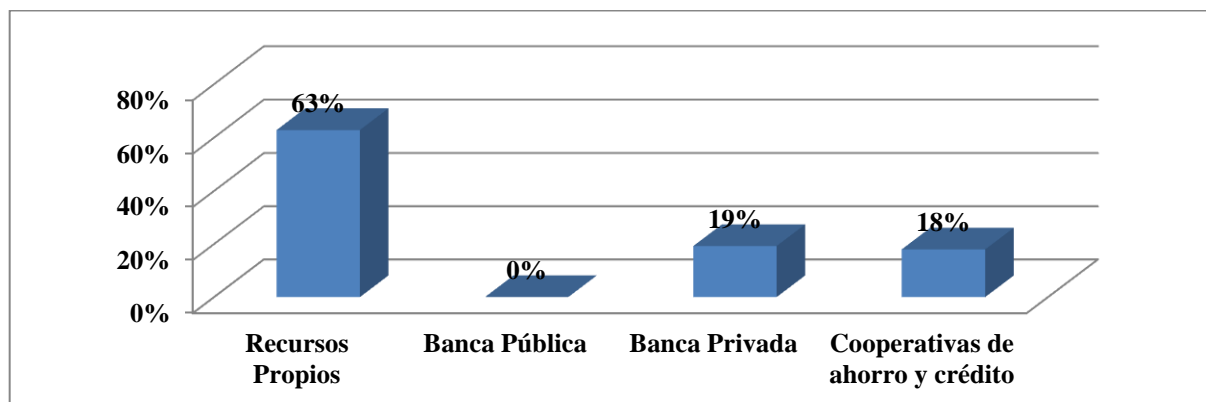
**TABLA 22: Fuentes de financiamiento de las MIPYMES**

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Recursos propios.	49	63%
Banca pública.	0	0%
Banca privada.	15	19%
Cooperativas de ahorro y crédito.	14	18%
<b>Total</b>	<b>78</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las MIPYMES del Cantón Riobamba.

**Autora:** Clara Paguay

**GRÁFICO 16: Fuentes de financiamiento de las MIPYMES**



**Fuente:** Encuestas aplicadas a las MIPYMES del Cantón Riobamba.

**Autora:** Clara Paguay

De las MIPYMES encuestadas el 63% afirma que su empresa está financiada por recursos propios, el 18% por cooperativas de ahorro y crédito y un 19% por la banca privada.

Esto se debe muchas veces al desconocimiento de las ofertas de financiamiento por parte de la banca pública que maneja programas de financiamiento enfocadas a la industria y emprendimientos como es la CFN, es por ello que de las MIPYMES encuestadas ninguna ha accedido a este tipo de financiamiento.

## B) Materia prima para su proceso de producción la adquiere a nivel

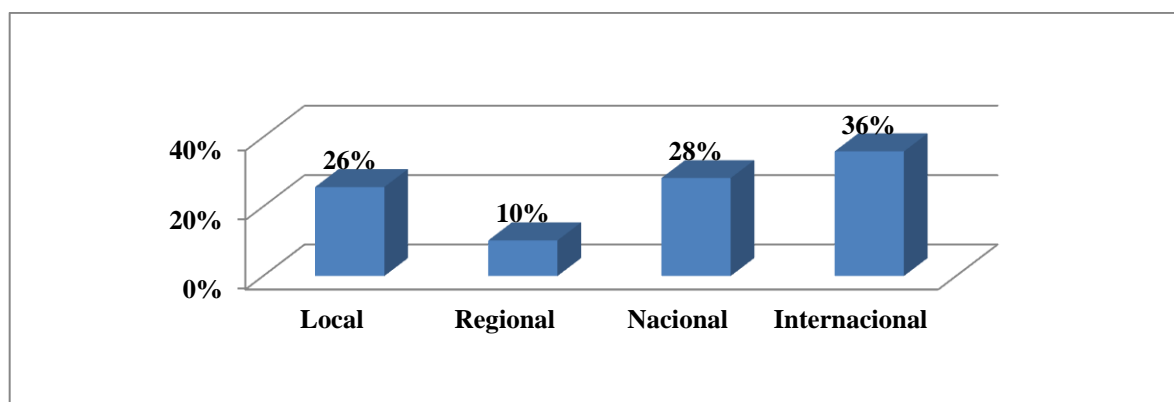
**TABLA 23: Origen de la materia prima que utiliza en el proceso de producción**

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Local.	20	26%
Regional.	8	10%
Nacional.	22	28%
Internacional.	28	36%
<b>Total</b>	<b>78</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las MIPYMES del Cantón Riobamba.

**Autora:** Clara Paguay

**GRÁFICO 17: Origen de la materia prima que utiliza en el proceso de producción**



**Fuente:** Encuestas aplicadas a las MIPYMES del Cantón Riobamba.

**Autora:** Clara Paguay

De las MIPYMES encuestadas el 36% utiliza materia prima internacional, el 28% materia prima nacional, el 26% materia prima local y el 10% utiliza materia prima regional para la producción del producto y prestación de servicios.

De lo cual podemos deducir que el Ecuador posee multiplicidad de materia prima, para producir diferentes y variados productos, por lo cual el MIPRO en conjunto con los demás ministerios debe seguir impulsando el cambio de la matriz productiva.

## C) La actualidad Ud. comercializa sus productos en el mercado

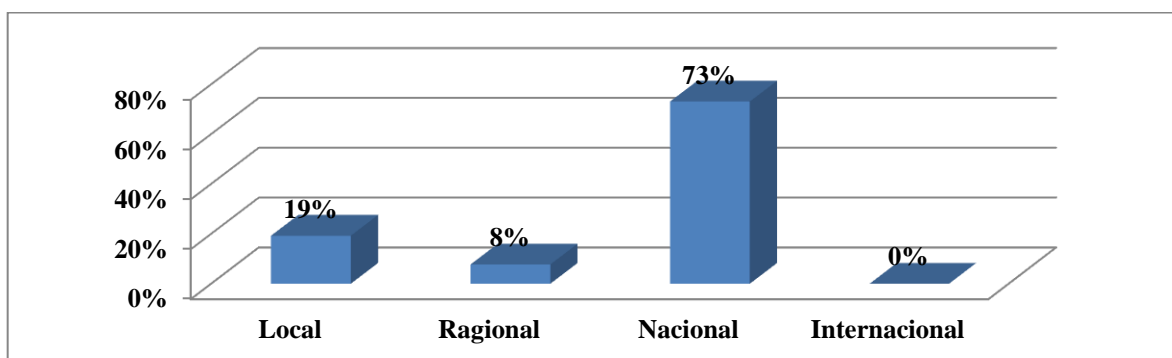
**TABLA 24: Lugar al que comercializan los productos y/o servicios**

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Local.	15	19%
Regional.	6	8%
Nacional.	57	73%
Internacional.	0	0%
<b>Total</b>	<b>78</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las MIPYMES del Cantón Riobamba.

**Autora:** Clara Paguay

**GRÁFICO 18: Lugar al que comercializan los productos y/o servicios**



**Fuente:** Encuestas aplicadas a las MIPYMES del Cantón Riobamba.

**Autora:** Clara Paguay

De las MIPYMES encuestadas el 73% comercializa sus productos a nivel nacional, el 19% local y el 8% a nivel regional.

De aquello podemos decir que de las empresas encuestadas ninguna realiza exportaciones, dando paso a que la institución siga capacitando, para que los productos sean de calidad y poder exportar y además sean parte del programa “exporta fácil” que el MIPRO está impulsando.

**D) La tecnología con la que actualmente trabaja la considera como:**

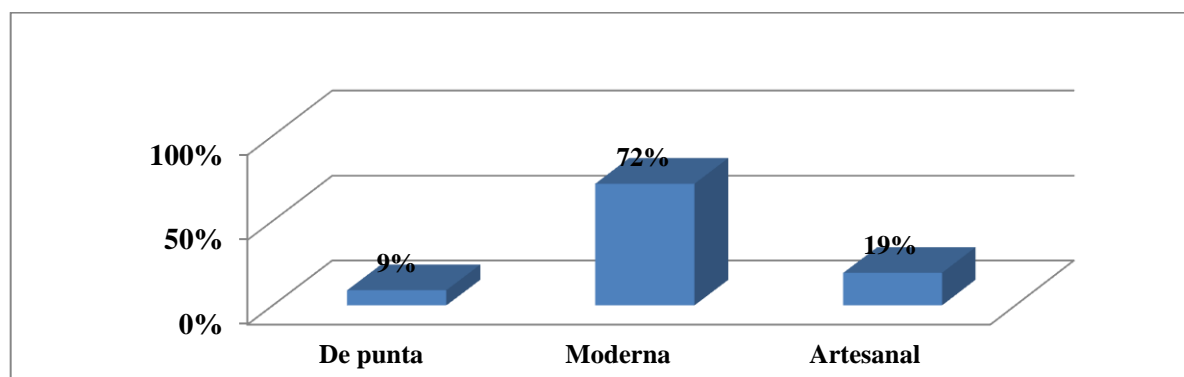
**TABLA 25: La tecnología que utiliza**

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Absoluta
De punta.	7	9%
Moderna.	56	72%
Artesanal.	15	19%
<b>Total</b>	<b>78</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las MIPYMES del Cantón Riobamba.

**Autora:** Clara Paguay

**GRÁFICO 19: La tecnología que utiliza**



**Fuente:** Encuestas aplicadas a las MIPYMES del Cantón Riobamba.

**Autora:** Clara Paguay

En el aspecto de la tecnología que utilizan las MIPYMES el 72% afirma que es moderna, el 19% considera que la tecnología que utilizan es artesanal y el 9% considera que es de punta.

De acuerdo a los resultados obtenidos, las empresas utilizan tecnología moderna en sus procesos, lo cual nos incita a pensar que las empresas les interesan ser competitivas y mantenerse en el mercado.

**E) El nivel de educación de sus trabajadores y empleados es:**



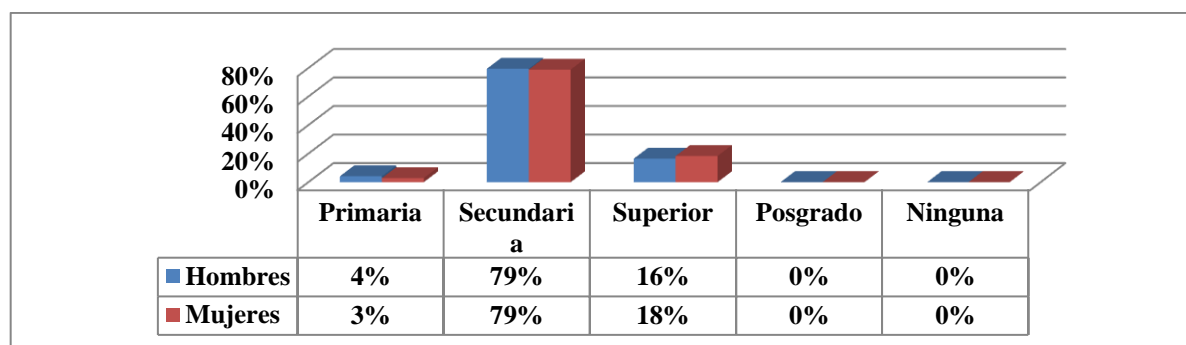
**TABLA 26: Nivel de educación de trabajadores**

Opciones	Hombres		Mujeres	
	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Primaria.	3	4%	2	3%
Secundaria.	58	79%	56	79%
Superior.	12	16%	13	18%
Posgrado.	0	0%	0	0%
Ninguna.	0	0%	0	0%
<b>Total</b>	<b>73</b>	<b>100%</b>	<b>61</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las MIPYMES del Cantón Riobamba.

**Autora:** Clara Paguay

**GRÁFICO 20: Nivel de educación de los trabajadores**



**Fuente:** Encuestas aplicadas a las MIPYMES del Cantón Riobamba.

**Autora:** Clara Paguay

De las encuestas realizadas a las MIPYMES en cuanto al nivel de educación de los trabajadores, el 4% de los trabajadores corresponde a un nivel de educación primaria en cuanto a mujeres y el 3% corresponde a hombres. En el nivel de educación secundaria el 79% corresponde tanto a hombres como mujeres. En el nivel de educación superior el 16% corresponde a hombres y el 18% a mujeres.

La educación de los trabajadores al igual que su capacitación y formación es importante para su mejor desenvolvimiento dentro de la empresa.

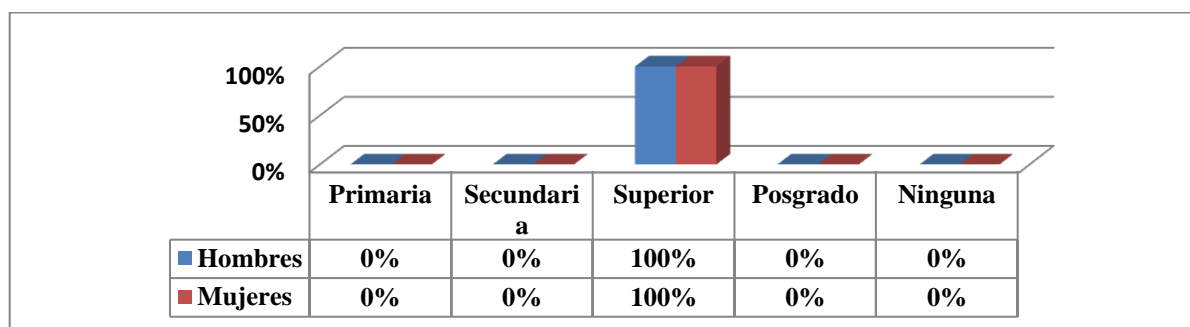
**TABLA 27: Nivel de educación de los empleadores**

Opciones	Hombres		Mujeres	
	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Primaria.	0	0%	0	0%
Secundaria.	0	0%	0	0%
Superior.	51	100%	54	100%
Posgrado.	0	0%	0	0%
Ninguna.	0	0%	0	0%
<b>Total</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>	<b>54</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las MIPYMES del Cantón Riobamba.

**Autora:** Clara Paguay

**GRÁFICO 21: Nivel de educación de los empleadores**



**Fuente:** Encuestas aplicadas a las MIPYMES del Cantón Riobamba.

**Autora:** Clara Paguay

De las MIPYMES encuestadas el 100% de las y los empleadores manifiesta tener un nivel de educación superior.

Esto contribuye a que se direcciona mejor a la empresa y puedan expandirse a nuevos mercados enfocados siempre al crecimiento y desarrollo de este sector, y a pesar de aquello impulsarlos en la participación de capacitaciones.

**F) El nivel de educación del gerente de la empresa es:**

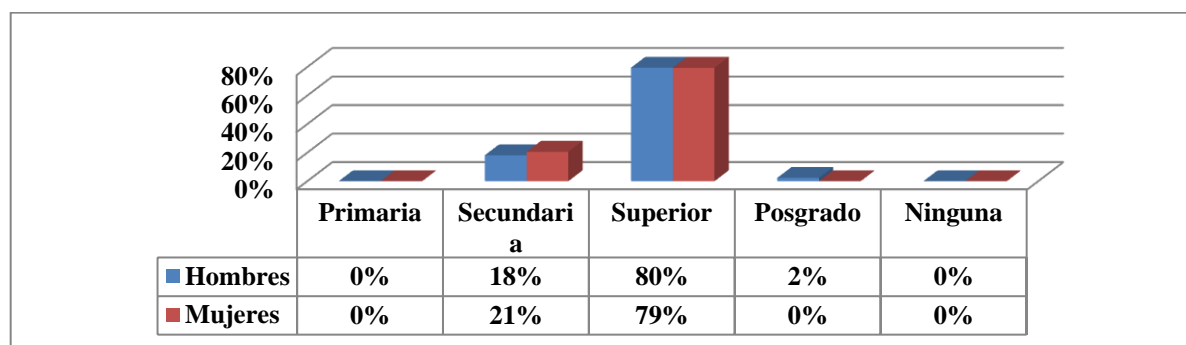
**TABLA 28: Nivel de educación del gerente**

Opciones	Hombres		Mujeres	
	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Primaria.	0	0%	0	0%
Secundaria.	8	18%	7	21%
Superior.	35	80%	27	79%
Posgrado.	1	2%	0	0%
Ninguna.	0	0%	0	0%
<b>Total</b>	<b>44</b>	<b>100%</b>	<b>34</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las MIPYMES del Cantón Riobamba.

**Autora:** Clara Paguay

**GRÁFICO 22: Nivel de educación del gerente**



**Fuente:** Encuestas aplicadas a las MIPYMES del Cantón Riobamba.

**Autora:** Clara Paguay

De las MIPYMES encuestadas el 18% corresponde a hombres y el 21% a mujeres en cuanto al nivel de educación secundaria del gerente, en el nivel de educación superior el 80% corresponde a hombres y el 79% a mujeres y finalmente en el nivel de educación de posgrado es un 2% de hombres.

El talento humano con el que cuenta las MIPYMES en el nivel administrativo y gerencia en su mayoría es superior, el cual contribuye a que, en el manejo de las diferentes actividades se utilice la tecnología y métodos actuales para el buen desarrollo de las actividades, ya sea en el proceso administrativo, producción y/o ventas.

**16. ¿En relación a que temas de prioridad para su empresa le interesaría seguir capacitándose con el MIPRO u otra organización de capacitación o asistencia técnica?**

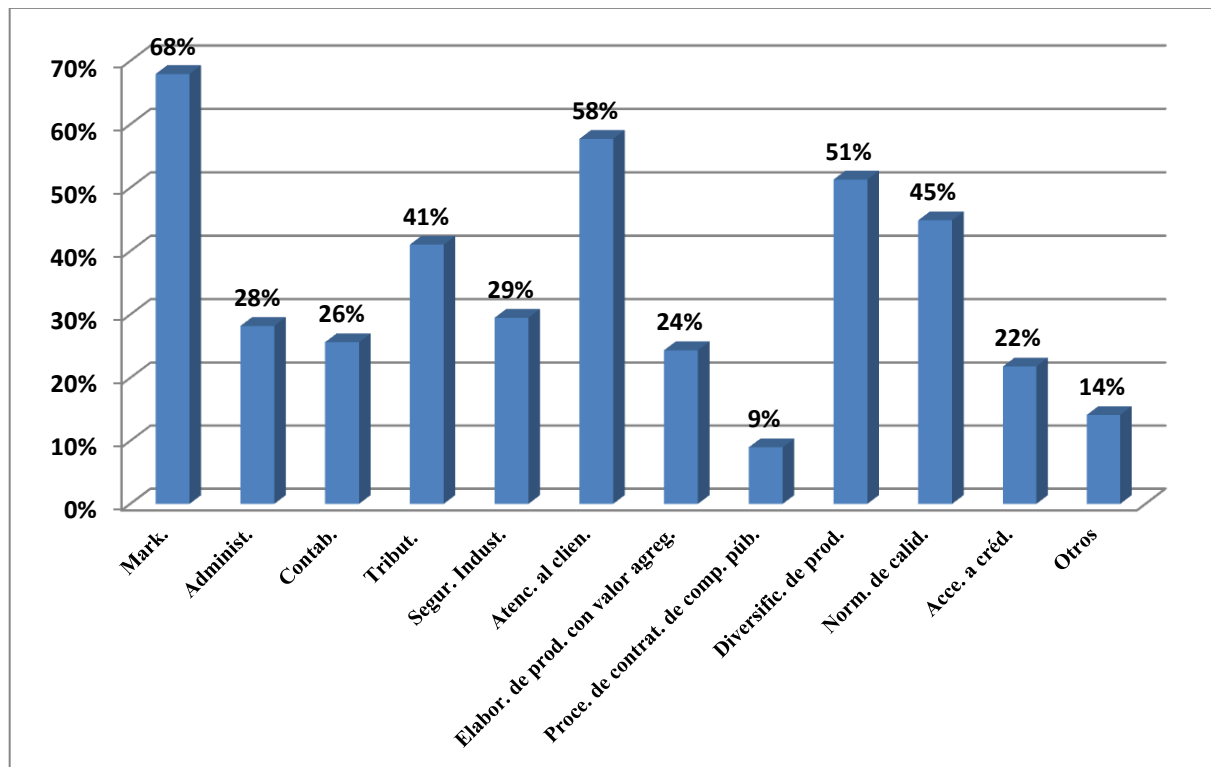
**TABLA 29: Temas en que le interesa seguir capacitándose**

Opciones	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Marketing.	53	68%
Administración.	22	28%
Contabilidad.	20	26%
Tributación.	32	41%
Seguridad industrial.	23	29%
Atención al cliente.	45	58%
Elaboración de productos con valor agregado.	19	24%
Procesos de contratación de compras públicas.	7	9%
Diversificación de productos.	40	51%
Normas de calidad.	35	45%
Acceso a créditos.	17	22%
Otros.	11	14%

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las MIPYMES del Cantón Riobamba.

**Autora:** Clara Paguay

**GRÁFICO 23: Temas en los que desearía seguir capacitarse**



**Fuente:** Encuestas aplicadas a las MIPYMES del Cantón Riobamba.

**Autora:** Clara Paguay

De las MIPYMES encuestadas el 68% manifiesta que desearía capacitarse en marketing, el 58% en atención al cliente, el 51% en diversificación de productos, el 45% en normas de calidad, el 41% en tributación, el 29% en seguridad industrial, el 28% en administración, el 26% en contabilidad, el 24% en elaboración de productos con valor agregado, el 22% en acceso a créditos, el 14% en otros temas como importaciones y exportaciones, Buenas Prácticas de Manufactura, y un 9% en temas sobre procesos de contratación de compras públicas.

Esto debe servir para aquellas instituciones encargadas de capacitar a las MIPYMES, para que elaboren planes de capacitaciones, con el objetivo de cubrir aquellos aspectos importantes en los que necesitan ser capacitadas y de esta manera contribuir con el crecimiento y desarrollo de este sector de la economía.

### 3.6 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Para la verificación de la hipótesis se ha establecido el método de chi cuadrado ( $\chi^2$ ) o llamada también Ji-Cuadrada, es una distribución de probabilidad continua con un parámetro  $k$  que representa los grados de libertad de la variable aleatoria, las hipótesis que se plantearan son la nula ( $H_0$ ) y la hipótesis alternativa ( $H_1$ ) y con la aplicación del chi-cuadrado se decidirá cuál escoger.

Este método permite establecer la correspondencia con la frecuencia observada ( $f_o$ ) con la frecuencia esperada ( $f_e$ ). Una vez identificado el problema e identificado las variables que compone la hipótesis planteada se procede a la verificación, para de esta manera sustentar la investigación de manera estadística.

#### 3.6.1 Planteamiento de la hipótesis

**Hipótesis Nula ( $H_0$ ):** “Los procesos de capacitación de la Unidad Técnica de Chimborazo del MIPRO, **NO** inciden en la adquisición de competencias que fortalecen las capacidades gerenciales de las MIPYMES del Cantón Riobamba y/o permiten abrirse a nuevas posibilidades de desarrollo y expansión, durante el periodo 2011-2013”.

**Hipótesis Alterna ( $H_1$ ):** “Los procesos de capacitación de la Unidad Técnica de Chimborazo del MIPRO, **SI** inciden en la adquisición de competencias que fortalecen las capacidades gerenciales de las MIPYMES del Cantón Riobamba y/o permiten abrirse a nuevas posibilidades de desarrollo y expansión, durante el periodo 2011-2013”.

#### 3.6.2 Nivel de significancia

Para la verificación de la hipótesis se utilizará el nivel de  $\alpha = 0.05$

#### 3.6.3 Especificación de lo estadístico

Para la verificación de la hipótesis se ha escogido las preguntas 8 y de 10 a la 14 las mismas que constan de varias alternativas como resultados de la capacitación recibida lo cual permite conocer si los procesos de capacitación de la Unidad Técnica de Chimborazo del MIPRO, si inciden en la adquisición de competencias que fortalecen las capacidades

gerenciales de las MIPYMES del Cantón Riobamba y/o permiten abrirse a nuevas posibilidades de desarrollo y expansión, durante el periodo 2011-2013”.

**TABLA 30: Cálculo de las frecuencias observadas y esperadas**

FRECUENCIAS OBSERVADAS			
PREGUNTAS	SI	NO	TOTAL
8	77	1	78
10	41	37	78
11	57	21	78
12	42	36	78
13	55	23	78
14	46	32	78
	<b>318</b>	<b>150</b>	<b>468</b>

FRECUENCIAS ESPERADAS	
$(318*78)/468=$	53,000
$(150*78)/468=$	25,000

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Clara Paguay

### 3.6.4 Especificación de las regiones de aceptación y rechazo

Se procede a determinar los grados de libertad considerando que el cuadro de contingencia consta de 6 filas y 2 columnas.

**Grado de Libertad= (k-1) (j-1)**

**Simbología:**

**k=** número de categorías

**j=**número de columnas (variables)

**TABLA 31: Grados de libertad**

GRADO DE LIBERTAD		
	FILAS	COLUMNAS
gl=	(k-1)	(j-1)
gl=	(6-1)	(2-1)
gl=	5	1
gl=	5 * 1	
gl=	5	
		<b>X<sup>2</sup>T = 11,070</b>

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Clara Paguay

Por lo tanto con 5 grados de libertad y a nivel 0.05 de significación la tabla de  $X^2_T = 11,070$  por tanto si  $X^2_C \leq X^2_T$  se aceptará la  $H_0$ , caso contrario se la rechazará y se aceptará la hipótesis alternativa.

### 3.6.5 Recolección de datos y cálculo de lo estadístico

Para esto se utilizará la siguiente fórmula:

$$X^2 = \sum \left[ \frac{(O - E)^2}{E} \right]$$

$\Sigma$ =sumatoria

$f_o$ = frecuencia observada

$f_e$ = frecuencia esperada

**TABLA 32: Cálculo del Chi-Cuadrado**

O	E	O-E	(O-E) <sup>2</sup>	(O-E) <sup>2</sup> /E
77	53,000	24,000	576,000	10,868
1	25,000	-24,000	576,000	23,040
41	53,000	-12,000	144,000	2,717
37	25,000	12,000	144,000	5,760
57	53,000	4,000	16,000	0,302
21	25,000	-4,000	16,000	0,640
42	53,000	-11,000	121,000	2,283
36	25,000	11,000	121,000	4,840
55	53,000	2,000	4,000	0,075
23	25,000	-2,000	4,000	0,160
46	53,000	-7,000	49,000	0,925
32	25,000	7,000	49,000	1,960
<b>468</b>	<b>468,000</b>			<b>19,662</b>

**Fuente:** Encuestas

**Elaborado por:** Clara Paguay

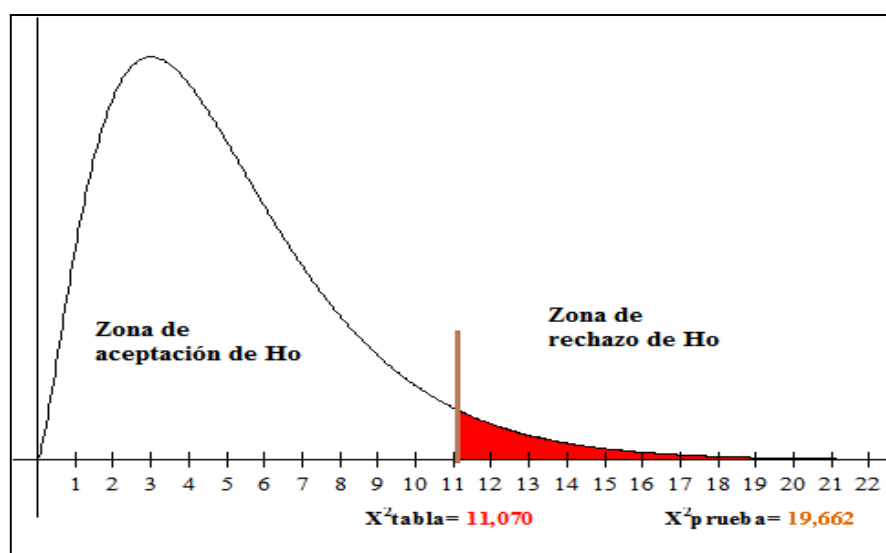


Como se puede observar  $\chi^2$  Cuadrado (19,662) es mayor que  $\chi^2$  Cuadrado tabular (11,070), por tanto se acepta la hipótesis alternativa H1: “Los procesos de capacitación de la Unidad Técnica de Chimborazo del MIPRO, si inciden en la adquisición de competencias que fortalecen las capacidades gerenciales de las MIPYMES del Cantón Riobamba y/o permiten abrirse a nuevas posibilidades de desarrollo y expansión, durante el periodo 2011-2013”.

### 3.6.6 Distribución de Chi Cuadrado

Con 5 grados de libertad y un nivel de 0.05% de significación se tiene el valor en la tabla  $\chi^2$  es igual a 11,070. (Ver Anexo No. 4).

**GRÁFICO No. 23: Distribución Chi Cuadrado.**



**Fuente:** Cálculo Chi cuadrado  
**Elaborado por:** Clara Paguay

Se aceptará la  $H_0$  si el valor de  $\chi^2_C \leq \chi^2_T$ , en el cálculo realizado la prueba Chi-cuadrado dio como resultado un valor de 19,662 por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa que confirma que efectivamente: “Los procesos de capacitación de la Unidad Técnica de Chimborazo del MIPRO, permitieron la adquisición de competencias que fortalecen las capacidades gerenciales de las MIPYMES del Cantón Riobamba y/o permitieron abrirse a nuevas posibilidades de desarrollo y expansión, durante el periodo 2011-2013”.

## **CAPITULO IV: MARCO PROPOSITIVO**

### **4.1 TÍTULO**

La investigación como resultado del proceso desarrollado, propone al MIPRO:

*“Rediseñar los programas de capacitación dirigido a las MIPYMES del Cantón Riobamba para el año 2015”.*

### **4.2 CONTENIDO DE LA PROPUESTA**

#### **4.2.1 Justificación**

En base a la investigación realizada a las MIPYMES del Cantón Riobamba sobre los resultados de las capacitaciones que está a cargo de la Unidad Técnica de Chimborazo, se ha evidenciado falencias de orden técnico y conceptual, en cuanto a los contenidos, monitoreo, evaluación y sobre todo retroalimentación del proceso, para desarrollar aún más las destrezas y habilidades directivas y técnicas de los empresarios que oferta el programa.

La experiencia alcanzada para evaluar el conocimiento y aplicación del programa, dice que es necesario iniciar un proceso de cambio tanto en los contenidos para disminuir las asimetrías empresa-mercado, empresa tecnología, empresa-modelo de desarrollo, empresa –inserción en la matriz productiva, que son los ejes que se dejan evidenciar en la propuesta de la Cartera de Estado.

Los resultados deberán ir más allá del número de personas capacitadas al finalizar un año o al finalizar un período o el número de eventos de capacitación generados durante un año; hay que evaluarlo por indicadores de calidad que denoten que el desarrollo de destrezas y la adquisición de conocimientos y nuevas técnicas de diseño, procesos y servicio permitan elevar la calidad del producto y/o servicio, que en la época del cambio de la matriz productiva, debe ir de la mano con las exigencias y condiciones del mercado global, al cual recién a los siete años de inoficioso debate entre lo bueno o lo malo de los acuerdos y apertura al comercio mundial, el país se ha dado cuenta que no puede seguir aislado y desgastando inútilmente con el debate ideológico al respecto.

Este escenario permite repensar con optimismo el rumbo del programa de capacitación, para lo cual se debe generar una estrategia que tenga más coherencia con el paradigma del cambio de la matriz productiva y de hecho con la sostenibilidad, enmarcando en las políticas y metas actuales del Ministerio Industrias y Productividad, que son coherentes con las líneas estratégicas del Plan a proponer al igual que en el plan del cambio de la matriz productiva.

Dando paso así a plantear un plan de capacitación dirigida a las MIPYMES ya que son el pilar fundamental de la economía del Ecuador al generar fuentes de empleo.

En virtud de lo expuesto, presentamos a continuación un esquema matricial que permite efectuara una lectura más objetiva de la dinámica, contenidos, objetivos y alcances del programa de capacitación del MIPRO, direccionado a la inserción de la MIPYMES en los proceso de desarrollo industrial proyectados al conocimiento de nuevas técnicas de gestión, calidad y conocimiento de mercados:

#### 4.2.2 Programas de capacitación

**TABLA 33: Programa de Buenas Prácticas de Manufactura**

<b>PROGRAMA</b>		BUENAS PRACTICAS DE MANUFACTURA				
<b>OBJETIVO</b>		Impulsar productos de calidad a través de capacitaciones y asistencia técnica en Buenas Prácticas de Manufactura ligadas a la inserción de las MIPYMES al cambio de la Matriz Productiva.				
<b>ANTECEDENTES</b>				<b>PROPUESTA</b>		
<b>Contenido actual</b>	<b>Resultado alcanzado</b>	<b>Fundamentación</b>	<b>Duración</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Contenido</b>	<b>Duración de la capacitación más seguimiento</b>
<b>Capacitación</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Normas de seguridad e higiene.</li> <li>• Plano para la construcción de la infraestructura en sectores priorizados como es de alimentos.</li> </ul> <b>Asistencia Técnica</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicación del Check List.</li> </ul>	De las MIPYMES encuestadas el 27% se han capacitado en BPM, el 67% han mejorado la calidad de sus procesos y un 60% en seguridad e higiene.	<b>Agenda de Transformación Productiva.</b> <b>Promover una producción de calidad</b> <b>3.-</b> Puesta en marcha del Programa nacional de implementación de gestión de la calidad: capacitar, dar asistencia técnica y acompañar especialmente a pequeños y medianos productores e industriales en temas relacionados con la implementación de: Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), Buenas Prácticas Pecuarias (BPP), Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP), Sistemas ISO ( <b>pág. 178</b> )	<b>Capacitación</b> 1 hora mensual de capacitación.  <b>Asistencia técnica</b> Una hora en asistencia técnica.	Se sugiere mantener el mismo objetivo ya que esta direccionado a mejorar la calidad de los productos en función del cambio de la Matriz productiva.	<b>Capacitación</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Normas de seguridad e higiene.</li> <li>• Reglamento No. 3253 de Buenas Prácticas de Manufactura .</li> </ul> <b>Asistencia técnica</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicación del Check List.</li> </ul>	<b>Capacitación</b> 12 horas de capacitación en el primer semestre.  <b>Asistencia técnica</b> 2 horas de seguimiento a cada empresa en sitio durante el primer semestre luego de aplicada la capacitación para evidenciar cambios del proceso de capacitación.

		<p><b>Política de calidad</b></p> <p>Promover la producción de calidad: mejorando los procesos y servicios, por medio de la articulación de acciones institucionales e intersectoriales para ofrecer productos y servicios de excelente calidad; y fomentando la implementación de sistemas de gestión de la calidad e inocuidad principalmente en los pequeños y medianos productores <b>(pág. 176).</b></p> <p><b>Plan Nacional para el Buen Vivir</b></p> <p><b>Objetivo 7:</b> Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental, territorial y global.</p> <p><b>Políticas y lineamientos estratégicos</b></p> <p><b>7.8.</b> Prevenir, controlar y mitigar la contaminación ambiental en los procesos de extracción, producción, consumo y posconsumo <b>(pág. 237)</b></p>				
--	--	---	--	--	--	--

**Fuente:** APT-PNBV

**Elaborado por:** Clara Paguay

**TABLA 34: Programa Registro de Productores Nacionales de Bienes y Servicios**

<b>PROGRAMA</b>	Registro de Productores Nacionales de Bienes y Servicios					
<b>OBJETIVO</b>	Calificar con un valor agregado nacional a los bienes y servicios, para su oferta en el portal de compras públicas, para que estos tengan altos niveles de calidad y mayores índices de competitividad.					
<b>ANTECEDENTES</b>				<b>PROPUESTA</b>		
<b>Contenido actual</b>	<b>Resultado alcanzado</b>	<b>Fundamentación</b>	<b>Duración</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Contenido</b>	<b>Duración de la capacitación más seguimiento</b>
<b>Capacitación</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• A que se refiere el Registro de Productores Nacionales.</li> <li>• Pasos para registrarse como Productores Nacionales.</li> <li>• Cálculo del Valor Agregado Nacional (VAN).</li> </ul>	De las MIPYME S encuestadas ninguna participa en compras pública.	<b>Agenda de Transformación Productiva.</b> <b>Políticas transversales del MIPRO</b> Una de las estrategias es implementar mecanismos específicos para incrementar la participación de las MIPYMES, artesanos y empresas de economía solidaria en el Sistema Nacional de Compras Públicas. (pág. 190) <b>Plan Nacional para el Buen Vivir</b> <b>Estrategia Territorial Nacional</b> <b>Agenda Zonal 3</b> <b>2. Principales líneas de acción</b>	<b>Capacitación</b> 1 hora semestral de capacitación.	Se mantiene el mismo objetivo establecido por el Ministerio de Industrias y Productividad.	<b>Capacitación</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• A que se refiere el Registro de Productores Nacionales.</li> <li>• Pasos para registrarse como Productores Nacionales.</li> <li>• Cálculo del Valor Agregado Nacional (VAN).</li> </ul> <b>Asistencia técnica</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ayudar a las</li> </ul>	<b>Capacitación</b> 6 horas de capacitación en el primer semestre. <b>Asistencia técnica</b> 2 horas para la verificación del Registro en el portal del MIPRO como productor nacional.

		<p><b>2.1. Transformación de la matriz productiva</b></p> <p>Impulsar la generación de valor agregado en las cadenas productivas priorizadas, tomando como base la estrategia para el cambio de la matriz productiva en el marco del enfoque de Soberanía Alimentaria (pág. 390-391)</p> <p><b>Política industrial</b></p> <p><b>3.-</b> Impulsar a las micro, pequeñas y medianas empresas, artesanos y empresas de economía social y solidaria.</p> <p><b>Estrategias:</b></p> <p><b>3. A:</b> Implementar mecanismos específicos para incrementar la participación de las MIPYMES, artesanos y empresas de economía solidaria en el Sistema Nacional de Compras Públicas (pág. 25).</p>			MIPYMES a registrarse como productores nacionales.	
--	--	--	--	--	--	--

Fuente: [www.industrias.gob.ec](http://www.industrias.gob.ec)-ATP-PNBV-POLÍTICA INDUSTRIAL

Elaborado por: Clara Paguay

**TABLA 35: Programa Pan Líder**

<b>PROGRAMA</b>	PAN LIDER					
<b>OBJETIVO</b>	Impulsar la competitividad de las MIPYMES a través de las buenas prácticas de higiene y buenas prácticas comerciales.					
<b>ANTECEDENTES</b>				<b>PROPUESTA</b>		
<b>Contenido actual</b>	<b>Resultado alcanzado</b>	<b>Fundamentación</b>	<b>Duración</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Contenido</b>	<b>Duración de la capacitación más seguimiento</b>
<b>Capacitación</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Buenas prácticas de higiene.</li> <li>Buenas prácticas comerciales.</li> </ul>	De las MIPYMES encuestadas el 37% han participado en este programa, además, el 70% ha ampliado su mercado y el 67% en cuanto ha mejorado la calidad de los procesos y servicios.	<b>Agenda de Transformación Productiva.</b> <b>Política de calidad</b> Promover la producción de calidad: mejorando los procesos y servicios, por medio de la articulación de acciones institucionales e intersectoriales para ofrecer productos y servicios de excelente calidad; y fomentando la implementación de sistemas de gestión de la calidad e inocuidad principalmente en los pequeños y medianos productores (pág.	6 horas semestrales de capacitación.	Se mantiene el mismo objetivo establecido por el Ministerio de Industrias y Productividad.	<b>Capacitación</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Buenas prácticas de higiene.</li> <li>Buenas prácticas comerciales.</li> </ul> <b>Asistencia técnica</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>2 horas en las instalaciones de la empresa.</li> </ul>	12 horas de capacitación en el primer semestre.  <b>Asistencia Técnica</b>  2 horas de seguimiento en sitio durante el primer semestre luego de aplicada la capacitación para evidenciar cambios del proceso.



		<p><b>176).</b></p> <p><b>Política comercial</b></p> <p><b>1. Negociaciones Comerciales</b></p> <p>Tomando en cuenta que las asimetrías existentes entre los diferentes socios comerciales hacen necesario precautelar la producción nacional mediante acuerdos integrales que incluyan cooperación técnica y financiera, promoción de derechos, desarrollo social y cultural y negociaciones en bloque (sin descartar una estrategia bilateral inevitable), se debe trabajar en los procesos de negociación con la Unión Europea, el ALBA, Centroamérica, incluyendo México y otros procesos que deben ser consolidados</p>				
--	--	--	--	--	--	--

		<p>como la CAN (pág. 152).</p> <p><b>Plan Nacional para el Buen Vivir</b></p> <p><b>Objetivo 10: Impulsar la transformación de la Matriz Productiva</b></p> <p><b>10.5.</b> Fortalecer la economía popular y solidaria –EPS–, y las micro, pequeñas y medianas empresas en la estructura productiva</p> <p>Fortalecer los mecanismos para reducir los márgenes de intermediación de la producción y comercialización en el mercado local (pág. 302-303)</p>				
--	--	---	--	--	--	--

**Fuente:** [www.industrias.gob.ec](http://www.industrias.gob.ec) -ATP-PNBV

**Elaborado por:** Clara Paguay

**TABLA 36: Exporta Fácil**

PROGRAMA		EXPORTA FÁCIL				
OBJETIVOS		<ul style="list-style-type: none"> <li>Fomentar la inclusión de MIPYMES y Artesanos en los mercados internacionales, contribuyendo a la competitividad de los productos ecuatorianos.</li> <li>Brindar servicios que generen valor agregado al Exporta Fácil, como capacitaciones, asistencias técnicas en uso de la herramienta, en comercio exterior, en búsqueda de mercados internacionales.</li> </ul>				
ANTECEDENTES				PROPUESTA		
Contenido actual	Resultado alcanzado	Fundamentación	Duración	Objetivo	Contenido	Duración de la capacitación más seguimiento
<b>Capacitación</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Requisitos para exportar.</li> <li>Normas a cumplir para exportar.</li> </ul>	Durante el periodo de estudio no se ha realizado capacitaciones a las MIPYMES en exportar fácil.	<b>Agenda de Transformación Productiva</b> <b>Política Comercial</b> <b>Objetivos específicos</b> <b>4.</b> Promocionar las exportaciones e inversiones sobre todo de los actores de la economía popular y solidaria, de los micros y pequeños. (pág. 152).  <b>Fortalecimiento institucional</b> El MIPRO deberá fomentar la creación de una oferta exportable industrial y de servicios sólida, a través de implementación de los planes de mejora competitiva (ahora en construcción), el mismo rol deberán cumplir el MAGAP y	<b>Capacitación</b>  6 horas semestrales de capacitación  <b>Asistencia técnica</b>  Dos horas en asistencia técnica.	Se mantiene el mismo objetivo establecido por el Ministerio de Industrias y Productividad.	<b>Capacitación</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Requisitos para exportar.</li> <li>Normas a cumplir para exportar.</li> <li>Países a los cuales pueden exportar.</li> </ul> <b>Asistencia técnica</b>  2 horas en las instalaciones de la empresa.	<b>Capacitación</b>  12 horas de capacitación en el primer semestre.  <b>Asistencia Técnica</b>  2 horas de seguimiento en sitio durante el primer semestre dirigido a cada una de las MIPYMES.

		<p>Turismo, en los ámbitos de su competencia. <b>(pág. 153)</b></p> <p><b>Promoción Internacional</b>  Fomento de la oferta exportable de Empresas de economía Popular y Solidaria y MYPYMES para mejorar la productividad, calidad, valor agregado y alcanzar adecuadas economías de escala a través del cofinanciamiento, con miras a la promoción e internacionalización de estas y así obtener un acceso real al mercado. <b>(pág. 153-154).</b></p> <p><b>Política industrial</b>  <b>9.-</b> Fortalecer los mecanismos para reducir los márgenes de intermediación de la producción y comercialización en el mercado local <b>(pág. 31)</b></p>				
--	--	---	--	--	--	--

Fuente: [www.industrias.gob.ec](http://www.industrias.gob.ec)-ATP-POLÍTICA INDUSTRIAL

Elaborado por: Clara Paguay

**TABLA 37: Proyectos de Emprendimiento**

<b>PROGRAMA</b>	Proyectos de Emprendimiento					
<b>OBJETIVOS</b>	Contribuir al cambio de la matriz productiva mediante el apoyo a los emprendimientos productivos, además del apoyo económico para llevar a cabo el emprendimiento de hasta el 80% en maquinaria.					
<b>ANTECEDENTES</b>				<b>PROPUESTA</b>		
<b>Contenido actual</b>	<b>Resultado alcanzado</b>	<b>Fundamentación</b>	<b>Duración</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Contenido</b>	<b>Duración de la capacitación más seguimiento</b>
<b>Capacitación</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Requisitos para llevar a cabo proyectos de emprendimiento.</li> </ul>	Los proyectos de emprendimiento se están llevando a cabo en la actualidad y en cuanto a las capacitaciones se llevaron a cabo el año 2014, por ende durante el periodo investigado ninguna de las MIPYMES ha recibido capacitación en este programa.	<b>Agenda de Transformación Productiva</b>  <b>8.6 POLÍTICA DE FOMENTO AL FINANCIAMIENTO</b>  Desarrollar programas que fomenten el financiamiento productivo a través de fondos reembolsables y no reembolsables (pág. 172).	<b>Capacitación</b>  2 horas semestrales de capacitación.  <b>Asistencia técnica</b>  1 hora en asistencia técnica.	Se mantiene el mismo objetivo establecido por el Ministerio de Industrias y Productividad.	<b>Capacitación</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Requisitos para llevar a cabo proyectos de emprendimiento.</li> <li>Especificar los parámetros para la elaboración del proyecto.</li> </ul> <b>Asistencia técnica</b>  2 horas para la revisión de los proyectos en el primer semestre.	<b>Capacitación</b>  12 horas de capacitación en el primer semestre.  <b>Asistencia Técnica</b>  2 horas para la revisión de cada uno de los proyectos en el primer semestre

Fuente: [www.industrias.gob.ec](http://www.industrias.gob.ec)-ATD

Elaborado por: Clara Paguay

**TABLA 38: Sellos HACE BIEN HACE MEJOR**

PROGRAMA	Sellos “HACE BIEN HACE MEJOR”					
OBJETIVO	<p><b>SELLOS HACE BIEN:</b> reconocimiento por parte del Estado Ecuatoriano a las empresas que cumplen con las disposiciones legales y normativas que regulan las cuatro éticas empresariales (con los trabajadores; con la comunidad, clientes y proveedores; con el estado y el medioambiente) promovidas por el Gobierno Nacional, y han incorporado un pequeño porcentaje de buenas prácticas en su gestión empresarial.</p> <p><b>SELLOS HACE MEJOR:</b> reconocimiento por parte del Estado Ecuatoriano a las empresas que han incorporado a su gestión empresarial altos estándares de buenas prácticas en los aspectos relativos a las cuatro éticas empresariales. Para alcanzar este Sello, “Hace Mejor”, las empresas necesariamente deben haber obtenido previamente el “Sello Hace Bien”.</p>					
ANTECEDENTES				PROPUESTA		
Contenido actual	Resultado alcanzado	Fundamentación	Duración	Objetivo	Contenido	Duración de la capacitación más seguimiento
<p><b>Capacitación</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Objetivos del programa Sellos HACE BIEN HACE MEJOR.</li> <li>Reglamento de los Sellos hace Bien Hace Mejor               <ul style="list-style-type: none"> <li>Escala de valoración para requisitos legales y buenas practicas.</li> <li>Procesos de autoevaluación y certificación.</li> </ul> </li> </ul>	De acuerdo a las empresas encuestadas y de acuerdo a los registros observados, la Unidad Técnica no ha realizado capacitaciones sobre este programa.	<p><b>Plan Nacional del Buen Vivir</b></p> <p><b>Objetivo 7:</b></p> <p>Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental territorial y global (<b>pág. 70</b>)</p> <p><b>Objetivo 9:</b></p> <p>Garantizar el trabajo digno en todas sus formas (<b>pág. 76</b>).</p>	<p><b>Capacitación</b></p> <p>2 horas semestrales de capacitación.</p>	<p>Se mantiene el mismo objetivo establecido por el Ministerio de Industrias y Productividad.</p>	<p><b>Capacitación</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Objetivos del programa Sellos HACE BIEN HACE MEJOR.</li> <li>Reglamento de los Sellos hace Bien Hace Mejor               <ul style="list-style-type: none"> <li>Escala de valoración para requisitos legales y buenas practicas.</li> <li>Procesos de autoevaluación y certificación.</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Asistencia técnica</b></p> <p>2 horas de asistencia técnica</p>	<p><b>Capacitación</b></p> <p>12 horas de capacitación en el primer semestre.</p> <p><b>Asistencia Técnica</b></p> <p>2 horas dar a conocer los parámetros a ser considerados en la evaluación para la certificación.</p>

Fuente: www.industrias.gob.ec -Reglamento Sellos Hace Bien Hace Mejor

Elaborado por: Clara Paguay

## CONCLUSIONES

1. Los programas de capacitación que maneja el MIPRO : Buenas Prácticas de Manufactura, pan líder, socialización de Registro de Productores Nacionales de Bienes y Servicios, Registro Sanitario, Proyectos de emprendimiento, Sellos Hace Bien Hace Mejor, Socialización Plan de Mejoramiento Competitivo, Medidas de Protección a la producción Nacional, Exporta Fácil, están enfocados a mejorar la competitividad de las MIPYMES y a insertarlos al cambio de la Matriz Productiva, pero de acuerdo a los impactos estudiados, se reducen a la aplicación de temas muy puntuales que cumplen el propósito del Estado, esto es, direccionar a las MIPYMES a políticas y objetivos inmersos en el Plan Nacional del Buen Vivir, sin considerar la importancia de la exploración de otros mercados o el financiamiento de nuevas tecnologías para lograr las proyecciones que el propio Estado señala.
2. La población de la investigación fue de 100 MIPYMES y la muestra de 78, las mismas que pertenecen al sector de lácteos, textiles, panificación, carrocías y comercial. De las cuales el 9% y 77% califica como muy alto y alto respectivamente, en cuanto al mejoramiento de la calidad de los procesos y servicios como resultados de la capacitación, además el 6 y el 64% lo califica como muy alto y alto en cuanto a la ampliación del mercado. Con lo que respecta a los aspectos que implementó después de la capacitación tenemos que el 96% de las MIPYMES implementa los requisitos de los clientes y el mercado en el diseño, producto y servicio.
3. Mediante la aplicación del Chi Cuadrado fue aceptada la  $H_1$  que los programas de capacitación de la Unidad Técnica de Chimborazo del MIPRO, incidieron en la adquisición de competencias que fortalecen las capacidades gerenciales de las MIPYMES del Cantón Riobamba y/o permiten abrirse a nuevas posibilidades de desarrollo y expansión, durante el periodo de estudio 2011-2013, lo cual indica que el programa pese a los inconvenientes de objetivos y/o contenidos, tiene futuro en la medida de una decisión política que permita nuevos enfoques, nuevos contenidos, nuevos objetivos.

4. En cuanto al tiempo dedicado a la capacitación presencial se lo asume como muy elemental y reducido, ya que en 1 hora mensual no es posible direccionar ningún proceso de cambio estructural que no pase de la motivación del empresario de que el estado le tome en cuenta para entrar a procesos de mercado, tecnológicos y gerenciales más relacionados con el cambio de época que el Estado asume está viviendo el país, sin embargo de lo cual lo principal queda descuidado, pues no es la política de fomento a las MIPYMES lo que interesa, son las estrategias y programas que permiten que los empresarios del sector, se interesen por salir del problema en el que se encuentran, acotando que la realidad común puede resumirse en la necesidad de capacitación y asistencia técnica, pero el acceso a créditos, a la tecnología y al programa “exporta fácil” no es posible si no se contemplan dichas necesidades.
5. La unidad operativa del MIPRO en Riobamba, se evidencia débil en cuanto a su conformación, interdisciplinaridad y convergencia con los propios objetivos del MIPRO, por tanto debe ser reconstituida con técnicos que manejen todas las variables del desarrollo empresarial local, que sobre todo aborden la capacitación presencial sin sesgos prototipos sino en base a las proyecciones que las MIPYMES locales tienen para insertarse en un proceso netamente técnico y económico que se refiere al cambio de la matriz productiva en el Ecuador.



## RECOMENDACIONES

1. Para contrarrestar algunas falencias y necesidades de las MIPYMES, la presente investigación ha rediseñado el plan de capacitación para los programas de capacitación ya existentes. Los cambios sugeridos se refieren a incrementar las horas de capacitación presencial y las complementarias de asistencia técnica; sin salir de la lógica y visión a nuestro criterio no apropiada para obtener mejores impactos en el sector.
2. De entrada el impacto al ser positivo en la mayoría de beneficiarios, solo se lo podrá sostener e incluso perfeccionar, si los programas se ajustan a la realidad de la economía global, puesto que el país no es una isla, por tanto dichos programas tendrán mayor funcionalidad cuando la capacitación intuya la necesidad de una asociatividad empresarial que permita enfrentar los retos de la apertura del país al comercio mundial, a través de los acuerdos, alianzas o como quiera entender este proceso desde la lógica ideológica gubernamental.
3. De acuerdo a la comprobación de la hipótesis es importante recomendar al MIPRO, incrementar la base de beneficiarios satisfechos del programa y la incorporación de nuevos beneficiarios, a fin de que el programa sea sostenible.
4. Los programas de capacitación deben ser flexibles acorde a las necesidades de las MIPYMES, lo cual contribuirá a su crecimiento y desarrollo y se mantengan en el mercado generando así fuentes de empleo y sobre todo deben estar relacionados con la realidad de un país que requiere replantearse los esquemas ideológicos que impiden que la apertura al comercio mundial mediante acuerdos, sean inclusivos y se desarrollen en el marco de un mundo global del cual estamos casi al margen.
5. Es necesario que el MIPRO considere ampliar las horas de capacitación y asistencia técnica de los programas, para que no sea otro “disparo al aire” como tantos programas oficiales que han surgido para insertar a la MIPYMES en el mundo de

los cambios y transformaciones estructurales de las empresas y de los empresarios, a fin de que las unidades operativas como la Unidad Técnica de Chimborazo tomen en cuenta la necesidad de ejercer una asistencia profesional y no política de los programas de capacitación, y, además que los técnicos encargados de la capacitación y asistencia técnica estén debidamente capacitados para cada uno de los programas, porque la improvisación solo creará expectativas y no realidades.

## **BIBLIOGRAFÍA**

### **• LIBROS**

Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad (2013) reducción de la heterogeneidad estructural. Agenda de Transformación Productiva. Quito: M.C.P.E.C.

Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad (2011) ejes para la transformación territorial de Chimborazo. Agenda-Territorial-Chimborazo. Riobamba: M.C.P.E.C.

Ballesteros Ortiz, E. (2010) competitividad. Curso de capacitación artesanal paso a paso: Quito: La Tierra.

Camacho, G. A. (2008) asimilación tecnológica de las MIPYMES. Los Múltiples Retos de las Pymes en América Latina.

Ministerio de Industrias y Productividad (2013) funciones y atribuciones de la Unidad Técnica de Chimborazo. Estatuto por procesos del MIPRO. Quito, Editora Nacional.

Maldonado, J. Z. (2013) capacitacion. Detección de necesidades de capacitación del sector público. Quito.

Rodríguez Valencia, J. (2007) tipos de capacitación. Administración Moderna de Personal (7a ed.). México: Cengage Learning Editore.

Rodríguez Valencia, J. (2007) evaluacion de los programas de capacitacion, Administración Moderna de pesonal (7a ed.). México: Cengage Learning Editores.

Sílíceo Aguilar, A. (2008) capacitacion. Capacitación y desarrollo de personal (4a ed.). México: Limusa.

Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. (2013) programa. Plan anual de política pública. Quito. S.E.P.S.

Valdés Domínguez, F. (2011) para que sirve un programa. Manual capacitación y desarrollo de los recursos humanos. La Habana.

### **• SITIO WEB**

Araque, W. (2013) fases de un emprendimiento (Recuperado el 21 de Agosto de 2014), de Observatorio Pyme: en

[http://www.uasb.edu.ec/contenido\\_centro\\_programa\\_noticia\\_cont.php?cd=5725&cd\\_centro=15&sw=ev](http://www.uasb.edu.ec/contenido_centro_programa_noticia_cont.php?cd=5725&cd_centro=15&sw=ev)

Emprende PYME. (2012) tipos de capacitacion (Recuperado el 11 de Julio de 2014): en <http://www.emprendepyme.net/tipos-de-capacitacion.html>

Martínez de Berrío, G. (2010) formación y capacitación del talento humano (Recuperado el 13 de Agosto de 2014) de gestiopolis: en <http://www.gestiopolis.com/canales7/rrhh/capacitacion-como-herramienta-de-los-recursos-humanos.htm>

Mata Sosa, S. (2012) programas de capacitación (Recuperado el 7 de Agosto de 2014) de Guia para elaboración de programas de capacitación : en <http://es.slideshare.net/SalvadorMataSosa/gua-para-elaboracin-de-programas-de-capacitacion>

Nacional Financiera, S. N. C. (2014) la capacitacion (Recuperado el 11 de Julio de 2014) de smetoolkit: en <http://mexico.smetoolkit.org/mexico/es/content/es/3642/La-capacitaci%C3%B3n-en-las-PYMES>

Ruiz F, A. F. (2009) innovación de las MIPYMES (Recuperado el 5 de Agosto de 2014) de Gestiopolis: en <http://www.gestiopolis.com/canales/economia/articulos/no19/inopyme.htm>

Serna Hinojosa, J. A., & Delgado Rivas, J. G. (2011) problemas que enfrentan las MIPYMES (Recuperado el 24 de Julio de 2014) de la capacitación en las Pequeñas y Medianas Empresas de México: en <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2007/shdr.htm>

Uribe, J. (2010). Identificación de necesidades de capacitación (Recuperado el 7 de Agosto de 2014) de slideshare: en <http://es.slideshare.net/juanu/capacitacion-5345271?related=2>

## • REVISTAS

Ekos Negocios. (2011) mayor calidad y facturación son algunos de los resultados de las pymes gracias al apoyo estatal. ekos negocios.

FACSON-MIPRO. (2012) estudio de caso sector software: Boletín mensual de analisis sectorial de MIPYMES: Quito.

FLACSO-MIPRO. (2012) estudio de caso sector alimentos: Honey Bees. Investigaciones económicas de la micro, pequeña y mediana empresa: Quito.

FLACSO-MIPRO. (2012) estudio de caso sector cuero y calzado: calzado Gamo"s. Boletín mensual de análisis sectorial de MIPYMES: Quito.

FLACSO-MIPRO. (2012) las MIPYMES ecuatorianas dinamizan la economía nacional. Estudios Industriales de la micro, pequeña y mediana empresa: Quito.

Jácome, H., & King, K. (2013). Estudios industriales de la micro, pequeña y mediana empresa. Quito: Gráficas V&M: Quito

- **PERIÓDICO**

El Universo (2013) participación de las MIPYMES en el Ecuador. El Universo, Riobamba.

- **INFORME**

Ministerio de Industrias y Productividad. (2012) MIPYMES capacitadas. Informe de Rendición de Cuentas. Quito.

## ANEXOS

### ANEXO No.1: MIPYMES ENCUESTADAS

No.	Nombre de la empresa	Nombre del propietario	Dirección
1	“LACTEOS SANTILLAN”	Santillán Santillán Pedro Rodolfo	Independencia 45 y Simón Bolívar
2	“QUESOS EL PAJONAL”	Guamán Lema Olga Esperanza	Quimiag
3	QUESOS EL CONQUISTADOR	León Yupanqui María Jesús	Quimiag
4	“TOSCANO BRONCANO JORGE AURELIANO”	Toscano Broncano Jorge Aureliano	Carondelet 1337 Loja
5	“QUESERA LA PROVIDENCIA”	Chulli Colcha Juan Carlos	Balcashi Quimiag
6	“LACTEOS SAN CARLITOS”	Yupangui Murillo Luis Alfredo	San Luis
7	“LACTEOS LAS PALMAS”	Yupangui Murillo Segundo Alberto	Costa Rica Israel-Maldonado) Punín
8	“LACTEOS MURILLO QUESO FRESCO VANESA”	Asitimbay Asitimbay Segundo Marcos	Costa Rica e Israel
9	“QUESERA SANTA MARTHA”	Criollo Flores José Manuel	San Juan
10	“LACTEOS SAN JUAN”	Velastegui Gallegos María Del Rosario	San Juan
11	“LACTEOS EL ABUELO”	Fierro Arcos Alfonso Javier	Diego de Ibarra 21-51 av. Daniel León Borja
12	“PRODUCTOS SAN SALVADOR”	Mármol Cuadrado Luis Heriberto	Primera Constituyente 11-49 Cuba
13	“QUESO DIGNA ISABEL”	Castelo Suica Segundo Rafael	San Juan
14	“VILLEGAS VIZUETE MIGUEL DAVID”	Villegas Vizuite Miguel David	Brasil 16-60 Colombia
15	“HELADERIA CONI'S”	Culqui Palacios German Alberto	Costa Rica y Puerto Rico Barrio el Florecer
16	“MICKOS ICE CREAM”	Orozco Paramo Argentina Violeta	Av. Lizarzaburu Rio Cutuchi
17	“ANGY'S SPORT”	Chávez Silva Clara Esperanza	Olmedo 27-02 Pichincha
18	SUMATEX	Guaraca Matute Elsa Susana	Guayaquil 23-36 entre Colon y Larrea

No.	Nombre de la empresa	Nombre del propietario	Dirección
19	“SACHA TEXTIL”	Chávez Arias Gloria Maryn	Rocafuerte 20-38 Guayaquil
20	“TEJIDOS RAMITEX”	Ramírez Aguiar Ángel Eduardo	Guayaquil 24-27 y Juan Larrea
21	“FABRITEXTILES”	Chariguaman Yaucan María Edelina	Pallatanga S/N San Andrés parroquia Lizarzaburu
22	“CREACIONES SEBASTIAN”	Cauja López Gladys Adela	Chimborazo 30-57 Juan Montalvo
23	“CASA YOLY”	Goyes Nazate Emma Narciza	Av. Antonio José de Sucre 29-71 México
24	“LA CASA DEL DEPORTISTA”	Borja Velasco Aníbal Ranulfo	Guayaquil 2357 Larrea
25	“PUNTADA EXPRES”	Romero Barreto Isabel Matilde	Galo Plaza Lazo 11 Avenida Alfonso Chávez
26	“CONFECCIONES MANUELITA”	Padilla Yupa Manuela Melchora	Parroquia Veloz
27	“ALMACEN CERVANTES”	Freire Bastidas Henri Guillermo	España 21-50 10 de Agosto
28	“MODAS MARIA ANGELICA”	Armas Gaguancela María Angélica	Pichincha 26-40 la Treinta y Seis
29	“FAMATEX”	Valente Cepeda Luis Arturo	Villarreal 35-66 Uruguay
30	“CONFECCIONES BELFAST”	García Sánchez José Aníbal	España 20-42 Guayaquil
31	“MANTO DE LUZ”	Paredes Muyolema Patricio Bernave	El Mensajero 23 Mariana de Jesús
32	“MODAS ROCIO”	Cabezas Cantos Carmen Guadalupe	Los Cipreses 17 Av. Gonzalo Dávalos
33	“CONFECCIONES DEPORTIVAS CRISTIAN”	Gavin Ugenio Luz Angélica	Fernando de Recalde 533 Vía Principal
34	“ALMACEN BURTON”	Brito Ortiz Yolanda Isabel	Primera Constituyente 2351 Larrea
35	“TEJIDOS OTAVALO”	Velásquez Cachiguango Verónica Alexandra	Carabobo Esmeraldas
36	“RIO ESTILOS”	Tierra María Piedad	España 20-11 Olmedo



No.	Nombre de la empresa	Nombre del propietario	Dirección
37	“CASA COMERCIAL BRITO”	Brito Clavijo Gilberto Antonio	Colon 2269 Primera Constituyente
38	“PANADERIA ALIS”	Arellano Quinatoa Luis Alberto	Sector de la Media Luna Panamericana Norte
39	“RINCON DE CALI”	Vaquero Alvarado Luis Humberto	Av. Leopoldo Freire 1 Av. Circunvalación
40	“MARY’S PANADERIA Y PASTELERIA”	Sanchez Tenecela María Natividad	Av. Circunvalación y Bolívar Bonilla
41	“PANADERIA EL CISNE”	Padilla Lara Bayron Efraín	Carondelet 13-63 Pichincha
42	“PANADERIA Y PASTELERIA DULCE TRADICION GOURMET”	Villa Padilla Juan Carlos	Nueva York 28-43 y Rocafuerte
43	“PANADERIA LONDRES”	Cabezas Andino Miguel Ángel	Av. Daniel León Borja 32-11 y Vargas Torre
44	“PANADERIA BELLAVISTA”	Coral Córdova Oswaldo Edmundo	México 31-55 Joaquín Chiriboga
45	“PANADERIA Y PASTELERIA LA PREFERIDA”	Yupanqui Padilla Segundo Pedro	Olmedo 2744 Rocafuerte
46	“PANADERÍA LA MODERNA”	Pérez Lalón Luis Gonzalo	10 de Agosto 21-57 Velasco
47	“PANADERIA VIVIANA”	Villagómez Villagómez Isabel Magdalena	Nueva York 27-14 Pichincha
48	“PANADERIA MAGGIS”	Campos Padilla Norma Magdalena	Av. Bolívar Bonilla 6 Habana
49	“LEFSKI-PAN”	Pomaquero Quitio Raúl Vinicio	Carabobo 14-40 Boyacá
50	“PANADERIA MIGAS Y MIEL”	Panata Constante Roció Elizabeth	Av. Lizarzaburu 23 Camilo Egas
51	“MASS PAN 1”	Páez Flores Rosario Alexandra	Guayaquil y Espejo
52	“PANADERIA Y PASTELERIA MASS PAN 3”	Nieto Zabala María Narciza	Carabobo 28-62 Esmeraldas
53	“PANADERIA Y PASTELERIA MASS PAN”	Nieto Zavala Llonson Jacinto	Juan Bernardo de León 08-06 la Paz
54	“PASTELERIA Y PANADERIA MASS PAN 4”	Nieto Zabala Blanca Flor	Juan Félix Proaño 10-40 Chile



No.	Nombre de la empresa	Nombre del propietario	Dirección
55	“PANDERIA PAMESA”	Muyulema Muñoz Fausto Eduardo	Av. Juan Félix Proaño y Londres
56	“PANADERIA PAN DE CASA”	Samaniego Hidalgo Gloria Isabel	Av. de la Prensa 18- 98 Rey Cacha
57	“PANADERIA Y PASTELERIA SELECPAN”	Pomaquero Quitio Ángel María	Villarroel 29-27 Carabobo
58	“PANADERIA LA GAMA”	Sistema Tarco Manuel	Esmeraldas 27- 10 Pichincha
59	“PANADERIA M&M”	Chalan Cevallos Minna Mariana De Jesús	Av. Canónigo Ramos 16 Augusto Torres Solís
60	“PANADERIA EL FLORECER”	Silva Padilla Gladys Del Roció	Costa Rica y Puerto Rico
61	“PANADERIA Y PASTELERIA CEBADEÑITO”	Alcocer Tagua Jorge Guillermo	10 de Agosto 10-29 Puruha
62	“PANADERIA LAS ACASIAS”	Arellano Quinatoa José Raúl	Panamericana Norte 8
63	“PANADERIA SELECTA”	Shilquigua Velata Segundo Manuel	Espejo 15-09 y Boyacá
64	“FABRIPAN 1”	Padilla Lara Gloria Felicidad	Chimborazo Antonio José de Sucre
65	“MEGAPAN PANADERIA Y PASTELERIA”	Bayas Panata Wilson Emiliano	Av. Antonio José de Sucre 301 Febres Cordero
66	“GOLOSINAS DE ALFRED”	Gualpa González María Nelly	Veloz 40-31 y Carlos Zambrano
67	“APICARE CIA. LTDA.”	Llumiquinga Raúl	Colon 18-63 Gaspar de Villarroel
68	“MOLINO SAN DIEGO”	Merino Machado Carmelina Aurora	Av. Alfonso Chávez 1 Av. Circunvalación
69	“PRODUCTOS ALIMENTICIOS FORTALIZ”	Guayasamin Cueva Elsa Patricia	Olmedo 23-56 Larrea
70	“MOLINO EL FENIX”		Rocafuerte 27-16 Junín
71	“INDUGRAF”	Paredes Hinojosa Marcia Raquel	Celso Augusto Rodríguez 1ª Bolívar Bonilla

<b>No.</b>	<b>Nombre de la empresa</b>	<b>Nombre del propietario</b>	<b>Dirección</b>
72	“RECICLADORA EL PROGRESO”	Guadalupe Aushay Luz María	Pichincha 26-48 Esmeraldas
73	RECICLADORA NOVA RED RPN # 4 "MEGAMETAL"	Castro Villacres Daniel David	Costa Rica Av. Circunvalación
74	RECICLADORA “MAXMETAL”	Espinoza Avalos Cristian Iván	Costa Rica Av. Circunvalación, a la derecha de la entrada al mercado Mayorista.
75	RECICLADORA “21 DE ABRIL”	León Miñarcaja Juliana	Parroquia Maldonado
76	“CARROCERIAS MAYORGA”	Mayorga Pérez Raúl Rubén	Panamericana Sur Licán
77	“IMSA”	Santillán Arias Ignacio Melitón	Av. Celso agosto Rodríguez 5-6 Av. Circunvalación
78	“MUEBLERIA SARMIENTO”	Sarmiento Amanta Fausto Leonardo	Morona 5 Luz Elisa Borja

## ANEXO No. 2: CUESTIONARIO

	<b>ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO</b> <b>FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS</b> <b>ESCUELA DE INGENIERÍA DE EMPRESAS</b>													
<b>“EVALUACIÓN DE LOS PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN DE LA UNIDAD TÉCNICA DE CHIMBORAZO DEL MINISTERIO DE INDUSTRIAS Y PRODUCTIVIDAD (MIPRO) PARA LA MEDICIÓN DE SU IMPACTO EN EL CRECIMIENTO DE LAS MIPYMES PARTICIPANTES DEL CANTÓN RIOBAMBA EN EL PERIODO 2011-2013”</b>														
ENCUESTA No. <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/>														
<p><b>El presente instrumento es un cuestionario dirigido a los empleadores de las MIPYMES. Su propósito es diagnosticar el impacto de la capacitación recibida del MIPRO, se pretende fomentar la innovación y el aseguramiento de la calidad en los sistemas de producción y servicios de las MIPYMES.</b></p> <p><b>A continuación se presentan una serie de cuestionamientos relacionados con los procesos de formación y capacitación del personal. Favor responder de acuerdo con su experiencia en los últimos tres años.</b></p>														
<b>Identificación de la empresa:</b>														
<table style="width: 100%; border: none;"><tr><td style="width: 50%; border: none;"><b>Nombre de la empresa:</b></td><td style="width: 50%; border: none;"><b>Nombre del gerente/dueño:</b></td></tr><tr><td style="border: none;">-----</td><td style="border: none;">.....</td></tr></table>			<b>Nombre de la empresa:</b>	<b>Nombre del gerente/dueño:</b>	-----	.....								
<b>Nombre de la empresa:</b>	<b>Nombre del gerente/dueño:</b>													
-----	.....													
<table style="width: 100%; border: none;"><tr><td style="width: 33%;">No. trabajadores: hombres</td><td style="width: 10%; text-align: center;"><input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/></td><td style="width: 33%;">mujeres</td><td style="width: 10%; text-align: center;"><input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/></td><td style="width: 14%;">total</td><td style="width: 10%; text-align: center;"><input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/></td></tr><tr><td>No. de personal administrativo: hombres</td><td style="text-align: center;"><input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/></td><td>mujeres</td><td style="text-align: center;"><input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/></td><td>total</td><td style="text-align: center;"><input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/></td></tr></table>			No. trabajadores: hombres	<input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>	mujeres	<input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>	total	<input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>	No. de personal administrativo: hombres	<input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>	mujeres	<input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>	total	<input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>
No. trabajadores: hombres	<input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>	mujeres	<input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>	total	<input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>									
No. de personal administrativo: hombres	<input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>	mujeres	<input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>	total	<input style="width: 40px; height: 20px;" type="text"/>									
<b>Productos o servicios de la empresa:</b>														
<b>Años de funcionamiento de la empresa:</b> <input style="width: 60px; height: 20px;" type="text"/>														
<b>1. Clasificación CIU de la empresa:</b> <input style="width: 150px; height: 20px;" type="text"/>														

**2. ¿En qué grado está usted satisfecho con la capacitación proporcionada para su empresa por el MIPRO?**

<input type="checkbox"/>	Muy satisfecho
<input type="checkbox"/>	Satisfecho
<input type="checkbox"/>	Indiferente
<input type="checkbox"/>	Insatisfecho
<input type="checkbox"/>	Muy insatisfecho

**2. ¿En qué áreas usted fue capacitado por el MIPRO?**

<input type="checkbox"/>	Buenas Prácticas de Manufactura
<input type="checkbox"/>	Registro sanitario y proyectos de emprendimiento
<input type="checkbox"/>	Plan de mejoramiento competitivo sector panadería y pastelería
<input type="checkbox"/>	Proceso de inscripción y devolución del impuesto redimible a las botellas plásticas
<input type="checkbox"/>	Registro de productores nacionales
<input type="checkbox"/>	Medidas de protección a la producción nacional
<input type="checkbox"/>	Pan líder
<input type="checkbox"/>	Otro (por favor especifique)

**4. ¿En cuántos eventos de capacitación y asistencia técnica participo?**

Opciones	Capacitación	Asistencia técnica
Una		
Dos		
Más de dos		

**5. ¿De los siguientes aspectos, cuáles cree Ud., son los resultados que su empresa logro mejorar gracias a la capacitación del MIPRO?**

	Muy alto	Alto	Regular	Bajo	Muy bajo
Gerencia más técnica y social.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Innovación en procesos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Incremento de la producción.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mejoró el producto/servicio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Marketing.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Distribución de planta.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Amplió su mercado.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Técnicas de negociación con proveedores y clientes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Técnicas de liderazgo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Técnicas de trabajo en equipo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Habilidades de enseñanza y formación de personal.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Calidad de los procesos y los servicios.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contabilidad y finanzas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Seguridad e higiene.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Otros; explique cuales**

**6. ¿Cuál es su grado de satisfacción con respecto a los siguientes aspectos en su empresa producto de la capacitación recibida en el MIPRO?**

	Muy alto	Alto	Regular	Bajo	Muy bajo
Esfuerzo para una trabajo más planificado de su empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La calidad de la formación y orientación recibidas para orientar mejor el trabajo en la empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Proyectar a la empresa para concursar en compras públicas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Las evaluaciones de desempeño que se llevan a cabo en la empresa después de la capacitación del MIPRO.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El proyectar a la empresa a procesos innovadores en el diseño y presentación del producto/servicio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mejorar la calidad de vida laboral de los trabajadores y empleados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oportunidades de desarrollo y oportunidades de mercado para la empresa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Otros; explique cuales**

--

**7. ¿Cuál es su grado de satisfacción de la capacitación recibida por la gerencia respecto a los siguientes aspectos?**

	Muy alto	Alto	Regular	Bajo	Muy bajo
La capacitación en el MIPRO me ha brindado la oportunidad de tomar la iniciativa en mi desarrollo profesional.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tengo la oportunidad de crecer como empresario.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La formación y capacitación puedo aplicarla en mi trabajo diario.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
He desarrollado nuevas habilidades gracias a la formación recibida.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Otros, señale cuales:**

--

**8. En términos generales ¿qué tan satisfecho se encuentra con su desarrollo gerencial dentro de la empresa como resultado de la capacitación en el MIPRO?**

<input type="checkbox"/>	Muy satisfecho
<input type="checkbox"/>	Satisfecho
<input type="checkbox"/>	Indiferente
<input type="checkbox"/>	Insatisfecho
<input type="checkbox"/>	Muy insatisfecho

**9. La mayor ventaja competitiva de su negocio gracias a la capacitación del MIPRO sumado su propio esfuerzo actualmente es:**

<input type="checkbox"/>	La experiencia alcanzada en manejar mejor la empresa.
<input type="checkbox"/>	Entender mejor lo que pide el mercado.
<input type="checkbox"/>	La confianza en uno mismo y en su equipo humano.
<input type="checkbox"/>	Conducir éticamente a la empresa.
<input type="checkbox"/>	La planificación detallada que efectúa para desarrollar mejor a la empresa.

**10. ¿La empresa gracias a la capacitación recibida en el MIPRO, cree que ha implementado lo siguiente?:**

<b>si</b>	<b>no</b>	Estándares e indicadores de la calidad de sus productos, servicios y procesos.
<b>si</b>	<b>no</b>	Procesos para asegurar la calidad de sus productos, servicios y procesos a través de la aplicación de métodos de medición periódicos.
<b>si</b>	<b>no</b>	Estándares e indicadores para medir la calidad de sus proveedores claves.
<b>si</b>	<b>no</b>	Responsabilidades sobre los procesos que integran la cadena de valor de manera documentada y permanente.
<b>si</b>	<b>no</b>	Los requisitos de los clientes y del mercado en el diseño de sus productos y servicios.
<b>si</b>	<b>no</b>	El diseño de sus productos y servicios contempla los requisitos legales, de protección ambiental, de seguridad e higiene y salud ocupacional.

**11. Como resultado de la capacitación recibida en el MIPRO con respecto a su talento humano la empresa actualmente:**

<b>si</b>	<b>no</b>	Planifica la selección, capacitación y desarrollo de sus colaboradores y evalúa su desempeño a fin de contar con personas competentes y comprometidas en los puestos adecuados en el momento oportuno.
<b>si</b>	<b>no</b>	Comunica metas y asignaciones de trabajo claras y consistentes, que guíen al personal en su acción y le permitan autoevaluar sus realizaciones.
<b>si</b>	<b>no</b>	Dispone de una política y estructura de remuneraciones que cubra todos los puestos de trabajo y de métodos de reconocimiento y recompensa por el logro de objetivos que aseguren la equidad interna y la competitividad.

<b>si</b>	<b>no</b>	Organiza la capacitación para apoyar tanto sus estrategias como el desarrollo del personal.
<b>si</b>	<b>no</b>	La empresa promueve y facilita el aprendizaje en el puesto de trabajo.
<b>si</b>	<b>no</b>	Determina los factores clave que afectan la satisfacción y motivación de las personas, así como los instrumentos necesarios para su monitoreo y las respectivas medición de la satisfacción de su personal en el trabajo.

**12. Como resultados de la capacitación recibida en el MIPRO con respecto la gestión tecnológica la empresa actualmente:**

<b>si</b>	<b>no</b>	Desarrolla, adapta y optimiza la tecnología disponible mediante la revisión, correcto mantenimiento y mejora de los procesos para apoyar y desarrollar su estrategia y sus planes.
<b>si</b>	<b>no</b>	Identifica asociados claves y oportunidades de establecer asociaciones estratégicas con el estado u otras empresas para la optimización del uso de la tecnología.
<b>si</b>	<b>no</b>	Adquirió nuevos equipos y maquinaria para mejorar sus procesos.
<b>si</b>	<b>no</b>	Se informa permanentemente de los beneficios de la tecnología.
<b>si</b>	<b>no</b>	Automatizo sus procesos administrativos, contables y financieros.
<b>si</b>	<b>no</b>	Capacitó a su personal en el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación e información.

**14. Como resultados de la capacitación recibida en el MIPRO con respecto la gestión ambiental la empresa actualmente:**

<b>si</b>	<b>no</b>	Identifica, trata y controla los aspectos de sus actividades que tienen impacto significativo en el medio ambiente.
<b>si</b>	<b>no</b>	Desarrolla acciones eficaces que mitiguen o eliminen los impactos ambientales de sus productos y servicios y que apunten a la preservación del medio ambiente incorporando información y tecnología que lleven al desarrollo sustentable.
<b>si</b>	<b>no</b>	Controla el uso y destino de los desechos sólidos, líquidos que contaminan el ambiente.
<b>si</b>	<b>no</b>	Ahorra y hace buen uso de la energía.
<b>si</b>	<b>no</b>	Recicla o reutiliza los desechos o desperdicios producto del proceso productivo.
<b>si</b>	<b>no</b>	Implementa políticas de control ambiental.

**15. Como resultados de la capacitación recibida en el MIPRO con respecto a la gestión empresarial la empresa actualmente:**

<b>si</b>	<b>no</b>	Ha definido la misión, la visión, los valores y los objetivos estratégicos de la empresa.
<b>si</b>	<b>no</b>	Establece pautas para proteger los intereses y prevenir los riesgos potenciales de todas las partes interesadas (clientes, personal, proveedores, accionistas y la sociedad) que podrían ser afectadas por el desempeño de la empresa.



<b>si</b>	<b>no</b>	Comunica y difunde sistemáticamente la misión, la visión, los valores y los objetivos estratégicos de la empresa.
<b>si</b>	<b>no</b>	Ha establecido indicadores clave que miden el cumplimiento de los objetivos de negocio así como referencias comparativas tanto de prácticas como de resultados.
<b>si</b>	<b>no</b>	El equipo de dirección ha definido el enfoque mediante el cual se accede a las ideas novedosas y los ámbitos de aplicación de las innovaciones y ha asignado los recursos necesarios.
<b>si</b>	<b>no</b>	Diseña planes operativos asociados con indicadores clave y alerta oportunidades para alcanzar las estrategias.
<b>si</b>	<b>no</b>	La empresa compromete todos los recursos necesarios (incluyendo la disponibilidad de las personas) para llevar a cabo sus estrategias y planes.
<b>si</b>	<b>no</b>	La empresa determina los mercados y segmentos en los que se va a concentrar e identifica a sus clientes más importantes.

## 15. Temas generales

### A) Su empresa está financiada con:

<input type="checkbox"/>	Recursos propios
<input type="checkbox"/>	Banca publica
<input type="checkbox"/>	Banca privada
<input type="checkbox"/>	Cooperativas de ahorro y crédito
<input type="checkbox"/>	Otras fuentes: cual

### B) La materia prima para su proceso de producción la adquiere a nivel:

<input type="checkbox"/>	Local
<input type="checkbox"/>	Regional
<input type="checkbox"/>	Nacional
<input type="checkbox"/>	Internacional

### C) En la actualidad Ud. comercializa sus productos en el mercado:

<input type="checkbox"/>	Local
<input type="checkbox"/>	Regional
<input type="checkbox"/>	Nacional
<input type="checkbox"/>	Internacional

**D)La tecnología con la que actualmente trabaja la considera como:**

<input type="checkbox"/>	De punta
<input type="checkbox"/>	Moderna
<input type="checkbox"/>	Artesanal

**E) El nivel de educación de sus trabajadores y empleados es:**

Trabajadores			Empleadores			Total
Nivel	Hombres	Mujeres	Nivel	Hombres	Mujeres	
Primaria			Primaria			
Secundaria			Secundaria			
Superior			Superior			
Postgrado			Postgrado			
Ninguna			Ninguna			

**F)El nivel de educación del gerente de la empresa es:**

Nivel	Hombre	Mujer
Primaria		
Secundaria		
Superior		
Postgrado		
Otro		

**Si es otro, especificar cual:**

**16. ¿En a que temas le interesaría seguir capacitándose con el MIPRO u otra organización de capacitación o asistencia técnica?**

<input type="checkbox"/>	Marketing
<input type="checkbox"/>	Finanzas
<input type="checkbox"/>	Administración
<input type="checkbox"/>	Contabilidad
<input type="checkbox"/>	Tributación
<input type="checkbox"/>	Seguridad industrial
<input type="checkbox"/>	Atención al cliente
<input type="checkbox"/>	Elaboración de productos con valor agregado
<input type="checkbox"/>	Procesos de contratación de compras públicas
<input type="checkbox"/>	Diversificación de productos
<input type="checkbox"/>	Normas de calidad
<input type="checkbox"/>	Acceso a créditos
<input type="checkbox"/>	Otros: cuales...

**Sus comentarios finales**

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**Lugar y fecha de la entrevista:**

### ANEXO No. 3: DISTRIBUCIÓN CHI-CUADRADO

	<b>0,995</b>	<b>0,990</b>	<b>0,975</b>	<b>0,950</b>	<b>0,900</b>	<b>0,750</b>	<b>0,500</b>	<b>0,250</b>	<b>0,100</b>	<b>0,050</b>	<b>0,025</b>	<b>0,010</b>	<b>0,005</b>
<b>1</b>	0,000	0,000	0,001	0,004	0,016	0,102	0,455	1,323	2,706	3,841	5,024	6,635	7,879
<b>2</b>	0,010	0,020	0,051	0,103	0,211	0,575	1,386	2,773	4,605	5,991	7,378	9,210	10,597
<b>3</b>	0,072	0,115	0,216	0,352	0,584	1,213	2,366	4,108	6,251	7,815	9,348	11,345	12,838
<b>4</b>	0,207	0,297	0,484	0,711	1,064	1,923	3,357	5,385	7,779	9,488	11,143	13,277	14,860
<b>5</b>	0,412	0,554	0,831	1,145	1,610	2,675	4,351	6,626	9,236	11,070	12,833	15,086	16,750
<b>6</b>	0,676	0,872	1,237	1,635	2,204	3,455	5,348	7,841	10,645	12,592	14,449	16,812	18,548
<b>7</b>	0,989	1,239	1,690	2,167	2,833	4,255	6,346	9,037	12,017	14,067	16,013	18,475	20,278
<b>8</b>	1,344	1,646	2,180	2,733	3,490	5,071	7,344	10,219	13,362	15,507	17,535	20,090	21,955
<b>9</b>	1,735	2,088	2,700	3,325	4,168	5,899	8,343	11,389	14,684	16,919	19,023	21,666	23,589
<b>10</b>	2,156	2,558	3,247	3,940	4,865	6,737	9,342	12,549	15,987	18,307	20,483	23,209	25,188
<b>11</b>	2,603	3,053	3,816	4,575	5,578	7,584	10,341	13,701	17,275	19,675	21,920	24,725	26,757
<b>12</b>	3,074	3,571	4,404	5,226	6,304	8,438	11,340	14,845	18,549	21,026	23,337	26,217	28,300